

Propuesta de diseño de una estructura organizacional basada en procesos para Soportech Eje



Universidad
Tecnológica
de Pereira

Jhon Alexander Ospina García

Mónica Lucía Ospina Roldán

Enero 2020

Universidad Tecnológica De Pereira

Facultad De Ciencias Empresariales

Programa Ingeniería Industrial

Pereira

Propuesta de diseño de una estructura organizacional basada en procesos para Soportech Eje

Jhon Alexander Ospina García

Mónica Lucía Ospina Roldán

Enero 2020

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de
Ingeniero Industrial

Directora:

Maria Esperanza Lopez Duque

Docente Facultad De Ciencias Empresariales

Universidad Tecnológica De Pereira

Facultad De Ciencias Empresariales

Programa De Ingeniería Industrial

Pereira

Agradecimientos

Agradezco a mis padres por su apoyo durante todos estos años, por estar ahí durante todos mis fracasos y perdonar todos mis errores. Gracias por creer en mí una vez más, no hubiera podido sin ustedes.

Jhon Alexander Ospina García

Agradezco en primer lugar a Dios por ayudarme y guiarme siempre en esta etapa de mi vida. A mi familia que es mi inspiración y mi razón de ser, muchas gracias por el apoyo incondicional durante estos años.

Mónica Lucía Ospina Roldán

Queremos agradecer también a la universidad y a todos los docentes que dedicaron su tiempo para aportar a la formación académica y a nuestro crecimiento como ingenieros industriales, a María Esperanza López por sus comentarios amables y constructivos en la realización de este trabajo.

Resumen

Las empresas han tenido tradicionalmente una estructura organizacional por funciones para organizar su personal, estructura que ha sido muy útil desde su definición por teóricos de las ciencias de la organización, pero actualmente se encuentran otras formas organizacionales como los enfoques basados en procesos que identifican procedimientos de dirección, de agregación de valor y de apoyo para lograr una mayor orientación de la empresa hacia el cliente y lograr así mayor competitividad, pero dada la complejidad de las organizaciones y sus interrelaciones, se vuelve necesario revisar y aplicar una visión sistémica de la organización la cual explique la organización como un todo que busca la obtención de los objetivos organizacionales y de la satisfacción del cliente.

De acuerdo a esto se ha propuesto la estructura organizacional por procesos de “Soportech Eje”, que inicia con el estudio de la situación actual de la empresa, la propuesta de la misión, visión, valores y objetivos organizacionales que permitieron diseñar el mapa de los procesos que conformarían la organización, el organigrama con las áreas involucradas y a partir de este, se documentaron los procesos y procedimientos finalizando con los manuales de funciones, contribuyendo así al crecimiento y desarrollo de la empresa y de las personas que la integran en especial de los propietarios.

Abstract

Companies have traditionally been organizationally structured by means of functions in order to manage their personnel. This structure has been really useful since its definition by organization science theoreticians; however, at the present time other forms of organizations such as process-based approaches identify management procedures, plus value and support in order to achieve a better orientation of the company towards the customer and get to be more competent. As a consequence of the complexity of the organizations and their internal relationships, it is necessary to revise and apply a systemic view of the company which should explain it as a whole in pursuit of organizational objectives and customer satisfaction.

According to this has proposed the organizationally structured of "Soportech Eje" which begins with a study of the current status of enterprise, the proposed mission, vision, values and organizational goals that allowed designing the map of processes that would make up the organization, the organization chart with the areas involved and from this, the processes and procedures ending with manuals functions documented, thus contributing to the growth and development of microenterprises and persons composing especially the owners.

Tabla De Contenido

Resumen.....	4
Abstract.....	5
1. Problema De Investigación.....	10
1.1. Planteamiento.....	10
1.2. Formulación Del Problema.....	10
1.3. Sistematización Del Problema.....	10
1.4. Delimitación Del Estudio.....	11
1.5. Objetivos.....	11
1.5.1. Objetivo General.....	11
1.5.2. Objetivos Específicos.....	11
1.6. Justificación.....	12
2. Marco Referencial.....	13
2.1. Marco Teórico.....	13
2.2. Marco Conceptual.....	16
2.3. Marco Legal.....	18
3. Diseño Metodológico.....	19
3.1. Tipo De Investigación.....	19
3.2. Métodos De Investigación.....	19
3.3. Fuentes Y Técnicas Para La Recolección De La Información.....	19
3.4. Tratamiento De La Información.....	20
3.5. Unidad De Análisis.....	21
4. Presentación De Resultados.....	21
4.1. Diagnostico Organizacional.....	21
4.1.1. Análisis Interno.....	22
4.1.2. Análisis DOFA.....	28
4.2. Diseño De Direccionamiento Estratégico.....	30
4.2.1. Formulación De La Misión.....	31
4.2.2. Formulación De La Visión.....	31
4.2.3. Formulación De Las Políticas Organizacionales.....	31
4.2.4. Formulación De Los Valores Organizacionales.....	31
4.2.5. Formulación De Los Objetivos Organizacionales.....	32
4.3. Planeación Estratégica.....	32
4.3.1. Análisis Interno.....	33
4.4. Planes De Acción.....	34
4.4.1. Mapa De Procesos Propuesto.....	36
4.4.2. Organigrama Propuesto.....	37
4.4.3. Documentación De Procesos Y Procedimientos.....	38
4.4.4. Manuales De Funciones.....	68

5. Conclusiones.....	78
6. Recomendaciones.....	78
7. Anexos.....	79
Bibliografia.....	91

Listado De Figuras

Figura 1. Estructura formal de una organización.....	14
Figura 2. Estructura informal de una organización.....	14
Figura 3. Mapa de Procesos.....	36
Figura 4. Organigrama.....	37

Listado De Tablas

Tabla 1. Matriz DOFA.....	29
Tabla 2. Planes de Acción.....	34

1. Problema De Investigación

1.1. Planteamiento

La empresa Soportech Eje, pertenece al sector secundario en la economía colombiana, es un negocio familiar constituido como microempresa en donde su principal actividad es la venta de soportes para tv.

Soportech Eje lleva 7 años en el mercado y se dedica a la comercialización de productos como soportes para televisor, cabinas de sonido, parlantes, accesorios como cables HDMI, routers, memorias USB, teclados, trípodes, entre otros.

Compiten con asesoría y servicio. En cuanto a soportes se brinda asesoría en el manejo de espacio, estética y funcionalidad.

Soportech Eje ha sido manejada empíricamente debido a que no cuenta con las bases teóricas administrativas que le proporcionen una organización interna sólida, es decir, no se tiene un respaldo físico que sustente todos los procedimientos y actividades que en la empresa se realizan. Igualmente, al momento en que ingrese un nuevo trabajador no se cuenta con un soporte teórico de sus labores que ayude a desempeñar bien sus funciones.

Por lo tanto, se logró a través de la propuesta de una estructura organizacional orientada a los resultados; brindar las herramientas necesarias para su permanencia y crecimiento en el mercado.

1.2. Formulación Del Problema

¿Cómo diseñar la estructura organizacional de la microempresa Soportech Eje del municipio de Pereira Risaralda para contribuir con su competitividad?

1.3. Sistematización Del Problema

- ¿Cuál es la situación actual de la empresa?
- ¿Cuáles son los procesos presentes en la organización y la secuencia e interacción de los procedimientos?
- ¿Cuáles son las funciones desempeñadas por cada colaborador?
- ¿Cómo diseñar los documentos acordes a los procesos y procedimientos que se llevan a cabo dentro de la organización?
- ¿Cómo diseñar los manuales de funciones de los empleados de la empresa?

1.4. Delimitación Del Estudio

- **Espacial:** La investigación se llevó a cabo en la microempresa “Soortech Eje” ubicada en el centro de la ciudad de Pereira.
- **Demográfica:** El estudio se realizó teniendo en cuenta todos los colaboradores de la microempresa.
- **Temporal:** El desarrollo de cada una de las etapas que hacen parte de la investigación se llevó a cabo en un periodo de 6 meses.
- **Temática:** Los ejes temáticos abordados en este proyecto son el direccionamiento estratégico y el diseño organizacional

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General

Diseñar una propuesta del diseño de la estructura organizacional orientada a resultados para la microempresa Soortech Eje para contribuir a su permanencia en el mercado.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico que permita identificar la situación actual de la empresa.
- Formular la misión, visión, políticas y cultura organizacional de la empresa.
- Identificar los procesos presentes en la organización y la secuencia e interacción de los procedimientos.
- Identificar las funciones de los empleados.
- Documentar los procesos y procedimientos que se llevan a cabo dentro de la empresa.
- Proponer un manual de funciones de acuerdo a las necesidades de la empresa.
- Proponer una estructura por procesos

1.6. Justificación

El adecuado diseño de la estructura organizacional es indispensable para el buen funcionamiento de cualquier empresa. Cuando una organización está bien estructurada y definida se hace más competitiva ofreciendo así, a sus clientes mejores alternativas de compra y a la empresa un aumento significativo en sus ingresos.

El buen posicionamiento de la empresa permite que esté preparada para los cambios que se dan en el mercado, facilitando su permanencia.

Este estudio permite identificar los problemas presentes en los procesos o procedimientos, evaluar alternativas de solución, controlar y hacer seguimiento a las soluciones implementadas.

La investigación propuesta busca, mediante el diseño de la estructura organizacional definir, documentar y controlar procesos, procedimientos y funciones llevadas a cabo en la empresa” Soportech Eje”.

Para lograr el cumplimiento de los objetivos de estudio se realizará previamente un diagnóstico de la situación actual de la empresa, el cual permitirá identificar cuáles son los procesos, procedimientos y funciones, así como también establecer su direccionamiento estratégico a través de la creación de la misión, la visión, la política y la cultura organizacional.

2. Marco Referencial

2.1. Marco Teórico

Las organizaciones deben contar con una estructura organizacional de acuerdo a todas las actividades o tareas que pretenden realizar, mediante una correcta estructura que le permita establecer sus funciones, y departamentos con la finalidad de producir sus servicios o productos, mediante un orden y un adecuado control para alcanzar sus metas y objetivos. (Vásquez Rojas Claudia. 2012)

Como fundamento base para la investigación de este proyecto es necesario definir la estructura organizacional por medio de fuentes secundarias. Según el artículo “Estructura organizacional, tipos de organización y organigramas”: (Vásquez Rojas Claudia. 2012), La estructura es la base fundamental de la empresa donde se realiza las divisiones de las actividades para formar departamentos y posteriormente definir la autoridad con la finalidad de alcanzar los objetivos, pero también todo lo que surge de manera espontánea de la interacción entre los integrantes.

El concepto de estructura organizacional se divide entre la palabra organización, que proviene del latín organon que significa órgano como elemento de un sistema, ampliando más este concepto, organizar es el proceso de distribuir actividades, recursos, a través de la división de funciones, definiendo las autoridades y responsabilidades de cada departamento para que la empresa pueda alcanzar de una forma fácil sus metas; por otro lado la palabra estructura, según Sergio Hernández se define como: “Ensamblaje de una construcción, una ordenación relativamente duradera de las partes de un todo y su relación entre ellas” (Hernández y Rodríguez, 2002, p.84). Una definición muy general no solo para la administración donde esta palabra procede del latín structura (Real Academia de la Lengua Española, 2019) (que se refiere a disposición orden de las partes dentro de un todo, es un grupo de elementos unidos que tienen la capacidad de soportar grandes cargas sin romperse ni deformarse).

La estructura de una organización se encuentra dividida por dos grandes áreas: La estructura formal e informal.

Estructura formal: La estructura formal pretende alcanzar los objetivos de la organización mediante organigramas, manuales y la interacción de los principios de la organización como la división del trabajo, es decir delegación, unidad de mando, jerarquía, entre otros.



Figura 1. Estructura formal de una organización.

Estructura informal: Proviene de la estructura formal y obedece al orden social. Ésta suele ser más dinámica que la formal.



Figura 2. Estructura informal de una organización (Vásquez Rojas Claudia. 2012)

Actualmente, en un mundo tan globalizado, es necesario que las empresas cuenten con unas metas claras y unificadas, que permitan su posicionamiento y permanencia en el mercado, así mismo identificar y documentar todos los procedimientos y procesos realizados en la organización apoyándose en el establecimiento de herramientas entre las cuales

sobresalen la misión, visión, políticas, los valores, la cultura organizacional, la ética y la responsabilidad social de la empresa.

De todo lo anterior, se han desarrollado teorías con el fin de soportar y encaminar toda la información recolectada para dar ejecución a los conceptos mencionados como: teoría de la burocracia, la administración científica, la administración por objetivos (iniciada por Peter Drucker desde 1954) y la administración por resultados.

- i. Teoría de la Burocracia: el pionero de esta teoría fue Weber quien hizo énfasis tanto en la estructura como en la organización, hizo a las personas parte del proceso por lo que impulsó la creación de los Manuales de Procesos y Procedimientos e hizo ver la importancia de la documentación en las empresas.
- ii. Administración científica:
La preocupación por racionalizar, estandarizar y establecer normas de conducta que pudiera aplicar el administrador condujo a la mayoría de los ingenieros de la administración científica a pensar que estos principios podrían aplicarse a todas las situaciones posibles. Un principio plantea que la afirmación válida para determinada situación; es pronóstico de lo que deberá hacerse cuando se presente dicha situación. Entre los numerosos principios defendidos por los autores de la administración científica, los más importantes son:

Principios de la administración científica, según Taylor

- Principio de planeación: sustituir el criterio individual, la improvisación y la actuación empírico-práctica del operario en el trabajo por los métodos basados en procedimientos científicos.
- Cambiar la improvisación por la ciencia mediante la planeación del método de trabajo.
- Principio de preparación: seleccionar científicamente los trabajadores de acuerdo con sus aptitudes y prepararlos y entrenarlos para producir más y mejor, en concordancia con el método planeado. Disponer y distribuir racionalmente las máquinas y los equipos de producción.
- Principio de control: controlar el trabajo para cerciorarse de que está ejecutándose de acuerdo con las normas establecidas y según el plan previsto. La gerencia debe cooperar con los empleados para que la ejecución sea la mejor posible.
- Principio de ejecución: asignar atribuciones y responsabilidades para que el trabajo se realice con disciplina.

iii. Administración por objetivos (APO): Es un método por el cual el gerente y sus subordinados definen las metas en conjunto; las responsabilidades se especifican para cada uno en función de los resultados esperados, que constituyen los indicadores o patrones de desempeño bajo los cuales se evaluará a ambos. Analizando el resultado final, el desempeño del gerente y del subordinado puede evaluarse objetivamente y los resultados alcanzados se pueden comparar con los esperados. (Idalberto Chiavenato, 200)

La APO hace énfasis en los objetivos, busca analizar la solución de los problemas, establecer metas personales y de la organización, busca el trabajo en equipo y el individual.

iv. Administración por Resultados: esta teoría busca el rediseño total de los procesos, del uso de las tecnologías y los sistemas de la información.

Es importante conocer el desarrollo de las organizaciones para tener claro que el estructuralismo de la empresa ya no se concentra en el individuo ni en el grupo, sino en la estructura de la organización como un todo. La organización es un sistema social organizado para cumplir todos, un mismo objetivo. (Nathalia Aristizabal y Sirley Henao, 2014)

2.2. Marco Conceptual

Para la realización del estudio se hace necesario definir los siguientes conceptos:

Manual de Organización: Es un documento normativo que permite conocer la estructura orgánica de la empresa en su conjunto o parte de ella, además define concretamente las funciones de cada una de las áreas que integran la institución. Éstos a su vez se desglosan en dos tipos:

- a. El Manual General de Organización (Refleja la estructura orgánica a partir del primer nivel), y
- b. El Manual Específico de la Organización (Comprende las funciones y responsabilidades de un área específica). Los apartados que debe contener este manual son:

1. Portada
2. Índice
3. Presentación
4. Antecedentes
5. Marco Jurídico
6. Atribuciones
7. Estructura Orgánica
8. Descripción de Puestos
9. Directorio
10. Firmas de autorización

Manual de procedimientos: Es el documento administrativo integrado por un conjunto de procedimientos interrelacionados que pueden corresponder a un área o a la totalidad de una dependencia. Sirve de guía (de cómo hacer las cosas) de trabajo al personal y es muy valiosa para orientarlo en caso de que sea de nuevo ingreso. Su implementación aumenta la certeza de que el personal utiliza los sistemas y procedimientos prescritos al realizar su trabajo.

Los lineamientos que deben contener los manuales de procedimientos son (Perla Jauregui, 2013):

- Carátula del manual
- Contenido del manual

- Documentación de aprobación técnica y registro del manual
- Documento de actualización
- Introducción del manual
- Objetivo del manual
- Portada
- Índice del procedimiento
- Objetivo del procedimiento
- Normas de operación
- Descripción narrativa del procedimiento
- Diagramas de flujo
- Anexos (Formatos o instructivos de llenado)
- Glosario
- Participantes en la elaboración del manual
- Directorio

Manual de funciones: Es un documento en donde se describen cada uno de los cargos establecidos en la empresa mediante la enumeración detallada de las atribuciones o tareas del cargo (qué hace el ocupante), la periodicidad de la ejecución (cuándo lo hace), los métodos aplicados para la ejecución de las atribuciones o tareas (cómo lo hace) y los objetivos del cargo (por qué lo hace). (Vargas Jorge, 2001)

Organigrama: Los organigramas son representaciones gráficas, se les llama lineo-funcionales debido a que la división de trabajo, las líneas de autoridad y comunicación se representan de forma gráfica. Para la realización de un organigrama existen significado y reglas en los gráficos, se mencionan algunas, en el caso del staff estas se deben resaltar con unas líneas punteada, líneas como de autoridad deben salir de la parte inferior del rectángulo, deben encerrarse en un rectángulo el título del cargo, de deben incluir los nombres de quien está a cargo del puesto. (Vásquez Rojas Claudia, 2012)

Misión: Es a lo que se va a dedicar la empresa, explicando su papel en la sociedad y justificando su existencia.

Una empresa sin misión no tiene identidad ni rumbo. En la declaración de misión se asimila todo el pensamiento estratégico, toda nuestra capacidad de análisis y diagnóstico, y la intuición clara de cuál puede ser el futuro.

Esta declaración es una afirmación que describe el concepto de la empresa, la naturaleza del negocio, el por qué se está en él, a quien sirve y los principios y valores bajo los cuales se pretende funcionar. (Castellanos Cruz Rodeloy, 2007)

Visión: Es hacia dónde pretende llegar la empresa, es decir, el papel que quiere desempeñar (si pretende ser la de mayores beneficios, la de mayor calidad, la más innovadora tecnológicamente, ...) (Maldonado José Ángel, 2014). Con ella se debe motivar a toda la organización y a los clientes.

Políticas Organizacionales: Son las directrices básicas que orienten la actuación de la empresa. Las políticas delimitan lo que se puede hacer y lo que no debe realizarse. En buena medida, las políticas recogen todo aquello que la organización ha ido aprendiendo con el paso del tiempo. Por ello, las políticas, en función de su efectividad o no, podrán cambiarse, lo que suele provocar dificultades de adaptación por parte del personal.

Cultura organizacional: La podemos definir como el conjunto de creencias, valores, costumbres y prácticas de un grupo de personas que forman una organización; apareció de forma casual en la literatura inglesa en los años 60, como sinónimo de “clima”, cabe destacar la gran influencia que sobre la cultura corporativa tiene el fundador, es decir, la empresa verá reflejada en ella la personalidad de su creador, aunque con el tiempo puede quedar oculta a causa de los cambios llevados a cabo por los grupos o subgrupos de personas que componen la organización. (Giarratana Matias, 2008)

Valores Organizacionales: Los valores organizacionales son la convicción que los miembros de una organización tienen en cuanto a preferir cierto estado de cosas por encima de otros (la honestidad, la eficiencia, la calidad, la confianza, etc.)

Cuando los valores están alineados con el desempeño, las personas que laboran en una compañía presentan actitudes como (López Carlos, 2001):

- Compromiso con el logro de la calidad y satisfacción del cliente
- Sentido de pertenencia y responsabilidad en sus acciones
- Saben que su opinión es escuchada
- Observan una conexión directa entre su labor y los objetivos de la firma

2.3 Marco Legal

Decreto 410 de 1971 código de comercio de Colombia

El código de comercio es un conjunto de normas y leyes de derecho mercantil que contiene procedimientos que dan soporte legal a las acciones realizadas por una entidad mercantil, es decir, un cuerpo legal que tiene por objetivo regular las relaciones mercantiles.

Debido a las acciones comerciales de la microempresa Feria de las Pinturas, se encuentra regida por éste decreto.

Código sustantivo de trabajo

El código sustantivo de trabajo se encarga de regular las relaciones de derecho individual del trabajo entre particulares y la de trabajadores oficiales respecto a salarios, contratos, prestaciones y todas sus consecuencias. De igual manera, las de derecho colectivo del trabajo.

Se hace necesario mencionar el código sustantivo del trabajo para hablar del direccionamiento estratégico de una empresa, puesto que es muy importante conocer la forma en cómo deben llevarse a cabo las disposiciones legales dentro del trabajo en una empresa, así mismo tener pleno conocimiento sobre los deberes y derechos de cada una de las partes que integran la estructura de la organización, además de estar en pleno cumplimiento con lo que respecta al ministerio de trabajo de Colombia y sus normas.

3. Diseño Metodológico

3.1 Tipo De Investigación

Se desarrolló una investigación descriptiva y exploratoria, pues se parte de la recolección de información por medio de los empleados de la empresa y la observación de cada uno de los procesos llevados a cabo, para determinar la situación actual y en base a ésta realizar un diagnóstico y desarrollar la propuesta de diseño de la estructura organizacional.

3.2. Métodos De Investigación

Para el objeto de estudio, se hace uso de la observación, la inducción y deducción.

La observación permitió registrar información de una manera espontánea y directa sobre los procesos y procedimientos que se llevan a cabo en “Soportech eje”, acerca de los canales y maneras de comunicación, su cultura organizacional y la postura que tiene cada colaborador con respecto a los objetivos de la empresa, funciones y tareas que desarrollan.

A través del método inductivo se analizaron situaciones particulares de la organización, como las percepciones y posturas de cada colaborador, las diversas maneras en que se lleva a cabo un sólo proceso por cada empleado, entre otros, para de esta forma diseñar la misión, visión y demás lineamientos estratégicos.

A partir de la deducción, es decir, del análisis de los procesos generales de la empresa, se puede explicar el papel de cada colaborador y los procedimientos específicos que cada cual realiza, para dar cumplimiento al fin último.

3.3. Fuentes Y Técnicas Para La Recolección De La Información

Las fuentes y técnicas que se desarrollaron en la recolección de información, de tipo primaria son la observación, entrevistas y encuestas, con el fin de recolectar la mayor cantidad de información posible, de primera mano, acerca de la microempresa y empleando la observación, a través de visitas frecuentes a la empresa, con el objetivo de identificar las falencias y oportunidades que allí se presentaban. De ésta manera se hizo uso, de las ya mencionadas, entrevistas y encuestas a todo el personal de la empresa, además, el análisis tanto del entorno interno como externo de la misma, con el fin de lograr los objetivos propuestos.

Posteriormente se realizó una investigación secundaria apoyada en libros, informes y documentos.

Tanto la encuesta como la entrevista, se aplicaron a todo el personal, debido al tamaño de la población que labora en la empresa.

ENTREVISTA

Entrevista no estructurada:

Para la determinación de los requerimientos del direccionamiento estratégico, se utilizó una entrevista no estructurada para cada empleado de la organización para poder centralizarse en los objetivos claves del problema, realizando preguntas de acuerdo a las respuestas que vayan surgiendo durante la entrevista.

Entrevista estructurada:

Se realizó una entrevista estructurada basada en una serie de preguntas predeterminadas e invariables que deben responder todos los entrevistados, para dar respuesta a las preguntas formuladas en base a la creación del direccionamiento estratégico de la empresa “Soportech Eje”.

ENCUESTAS

La recolección de información mediante la encuesta se hizo mediante formularios, los cuales tienen aplicación a aquellos problemas que se pueden investigar por métodos de observación, análisis de fuentes, documentales y demás sistemas de conocimiento. La encuesta permite el conocimiento de las motivaciones, las actitudes y las opiniones de los individuos con relación al su desempeño en la empresa.

OBSERVACIÓN

Se registró lo observado durante la visita a la empresa, mas no se interroga a los individuos involucrados en el mejoramiento del direccionamiento estratégico; es decir, no se hace preguntas orales o escritas, que le permitan obtener los datos necesarios para el estudio de dicho problema.

3.4. Tratamiento De La Información

A partir de los resultados obtenidos mediante las entrevistas y encuestas realizadas al equipo de la empresa, se realizó un diagnóstico el cual permitió el diseño de la misión y visión, posteriormente mediante la matriz de Juran se establecieron los lineamientos de las políticas de la empresa, estructurando su razón de ser, fomentando una cultura

organizacional con base en el compromiso de todo su personal, y unificando los objetivos y proyección de la empresa “Soportech Eje”.

Posteriormente y luego de identificar los procesos y procedimientos se realizó el manual de funciones y los manuales de procedimientos.

3.5. Unidad De Análisis

POBLACION

La población fue el total de los colaboradores de la microempresa Soportech Eje en sus diferentes cargos:

- Propietarios
- Colaboradores

MUESTRA

Ya que la población no es relevante, se realizó en el total de la misma.

4. Presentación De Resultados

4.1 Diagnóstico Organizacional

Las tendencias actuales en el mundo, tales como la globalización de los mercados, los continuos cambios tecnológicos, la apertura comercial y política, y la integración global a través de los medios de comunicación, han llevado a las empresas a estar en un permanente estado de alerta tanto respecto a lo que ocurre en su entorno como a la funcionalidad y eficiencia de sus estructuras y procesos internos para adaptarse y aprovechar estos cambios, lo que genera una alta competitividad entre las organizaciones, generando un entorno de alta exigencia. Para facilitar este proceso de adaptación es necesario que las organizaciones conozcan sus fortalezas y debilidades para enfrentar el entorno. El diagnóstico organizacional es el proceso por el cual las organizaciones pueden tener un conocimiento más preciso y completo de sus capacidades y debilidades. El conocimiento que se origina de este proceso permite a los diferentes actores organizacionales, por una parte identificar cuáles son esas necesidades de cambio y, por otra, administrar el cambio en forma más eficiente (Raineri, Andrés y Martínez, Andrea)

Para identificar diferentes aspectos de la organización y conocer la situación actual de la empresa “Soportech Eje”, se aplicó una entrevista a los gerentes, una encuesta a los colaboradores y por último un análisis situacional por medio de una matriz DOFA donde se analiza la empresa en un entorno tanto interno como externo.

4.1.1 Análisis Interno

Es importante conocer la opinión las personas involucradas directamente en la empresa, ya que tienen un conocimiento mayor sobre el estado de la organización y una amplia experiencia en el sector al que esta pertenece, saber las expectativas tanto a largo como corto plazo, así mismo identificar diferentes aspectos relevantes que influyen en el desarrollo de la empresa. Por esto se aplica una entrevista a los dueños de la empresa “Soportech Eje”

El Sr. Carlos y la Sra. Sandra definieron que la razón social era: Soportech eje, comercializan soportes de televisores, cabinas de sonido, micrófonos y aparatos electrónicos, además indicaron que los proveedores se seleccionan según calidad del producto, precios, stock suficiente y según los términos de crédito

Los Planes para un futuro inmediato son: manejar más variedad de productos y ofrecer el mejor servicio al cliente.

Tienen una proyección a futuro a 5 años, como líderes en el mercado, siendo Soportech una marca reconocida, gracias al apoyo de las redes sociales, diferenciándose por tener productos de calidad, por ofrecer buenos precios según el slogan de la empresa, “máxima calidad a precio justo”, pero también que los recuerden por brindar el mejor servicio, por brindar la mejor atención al cliente reflejándose en el vos a vos, por las buenas referencias que puedan dar, cuidando así, la imagen en el comercio como prestadores de un excelente servicio logrando tener puntos de venta en otras ciudades del eje Cafetero como en Manizales, en Armenia. En resumen, la proyección que los gerentes tienen es de expansión para que soportech empiece a ser una marca presente también en otras ciudades

Esos planes se basan en estar constantemente en búsqueda de nuevos proveedores. Viajan a Bogotá, Medellín, Cali, que son las ciudades principales en dónde se puede conseguir ese tipo de proveedores. Se sabe que hay gente que está viajando a China, por lo que la idea es eliminar todo intermediario y contactarse directamente con ellos, en realidad, cuentan con algunos proveedores directamente de China, para poder minimizar los costos y ofrecer precios razonables en el mercado.

El Sr. Carlos y la Sra. Sandra manifestaron el deseo de poder estar al día con todo lo nuevo que salga en tecnología, siendo, en parte, los pioneros en tener los primeras aparatos tecnológicos que van saliendo en el mercado, de esta forma, estar en esa constante búsqueda para tener productos únicos, por ejemplo, manejan una marca de cabina que no la maneja nadie en Pereira, por lo que existe cierta fuerza en el sector de las cabinas, ya que si se tiene una cabina que todo el mundo tiene, pues todos los locales van a ofrecer el mismo precio o el cliente se va a ir a comprar en donde le ofrezcan una por \$10.000 menos, mientras que al ser los únicos que tienen esa marca de cabina, pues, no se va a poder conseguir en el mercado fácilmente y así no va a existir una guerra de precios.

La estrategia que se ha utilizado para conocer a la competencia es la observación directa, los comentarios de algunos empleados y las líneas de productos que ofrece el mercado.

Ellos califican a la competencia como algo bueno porque es lo que no nos les permite quedarse en lo mismo, por lo que han querido brindar algo que la competencia no ofrece, el servicio. No entran a competir por precios sino por asesoría.

Los planes son tener locales en el eje Cafetero, es decir, que hayan locales de Soportech en Manizales, en Armenia, en varias partes. Manejar productos exclusivos, ser los pioneros en cuanto a productos de cabinas, soportes, micrófonos y así.

Para alcanzar los planes se está buscando en otros países, como China, proveedores directos y no intermediarios, que sean menos los costos y mayor innovación.

Las ventajas más importantes de la empresa son: la capacitación, las reuniones constantes, la comunicación con los colaboradores, les han inculcado mucho el que siempre puedan escuchar más al cliente que hablarles, que venderles por venderles, que se preste la asesoría adecuada, siempre indagar qué es lo que el cliente busca, porque muchas veces se le ha vendido cosas que el cliente no necesita o cómo en un San Andresito, que venden por vender, no se quiere eso. Los colaboradores o los empleados están enfocados en cumplir este tipo de metas pero siempre priorizando la satisfacción del cliente y eso ha llevado a ver o a obtener resultados de que el cliente vuelva de que el cliente recomienda a Soportech, que el cliente los busca, de que la gente se queda con el teléfono y llama, para preguntar por lo que necesitan, entonces, la mejor estrategia para poder alcanzar las metas, es poder siempre tener al cliente en el primer lugar, poderlo entender poderle conocer cuál es la necesidad que tiene

Los gerentes revelaron que se preocupan por tener un mejoramiento de productos, por ejemplo del año pasado hubo productos que empezaron a llegar en devolución hasta por 3 garantías, la verdad este año no quisieron seguir manejando el producto por lo mismo, ya se están manejando otras marcas que brindan una garantía más amplia del margen de garantías de fallas técnicas, ya es muy mínimo, entonces, por ese lado pienso que sí estamos buscando mejorar la calidad del producto y ofrecer el mejor servicio

En momentos de fluctuación negativa del mercado, se presentan dificultades económicas para el cumplimiento de pagos con los proveedores. Tener reservas para el cumplimiento del pago de nómina en los tiempos de poca demanda y mercadeo de productos, los principales obstáculos que ha enfrentado la empresa

Para superar estos obstáculos se está intentando acabar con los intermediarios, poderse contactar directamente con los proveedores, para minimizar los costos y ofrecer un precio justo a un precio más bajo en el mercado. También poder estar al día con todo lo nuevo que salga en tecnología, ser los pioneros en tener las primeras cosas que van saliendo en el mercado

En cuanto la comunicación dentro de la empresa, el diálogo con los colaboradores y reconocimientos al personal, se hace una reunión mensual, se evalúa como subir las ventas, que inconvenientes hubo, que se hizo para atacar eso, sí se cumplió la meta se da una bonificación, el día de la reunión se da desayuno y se celebran los cumpleaños, también se hace entrega de obsequios, se les da un día compensatorio, y se realiza algo en navidad

Los tipos de venta que realizan, son la ventana física que es en el punto de venta, venta por teléfono y venta por redes sociales. La Sra, Sandra manifiesta que se han fortalecido mucho en lo que es Instagram y Facebook y a eso le han querido apostar en este año, para tener presencia en redes sociales, posicionamiento, que la gente escuche Soportech y que no sea una marca desconocida, sino que la pueda relacionar con algo.

En cuanto a lo que perciben de la imagen de la empresa, se piensa que es una empresa que debe mejorar muchas cosas, que deben organizar muchas otras, pero también piensan que han avanzado mucho en cuanto al portafolio que se le puede brindar al cliente en cuanto a la atención y en cuánto la calidad.

Anexo 1. Entrevista a Carlos Augusto Rodríguez y Sandra Milena. Dueños de la empresa.

COLABORADOR 1

1. ¿Si estuviera en sus manos el desarrollo de la empresa que propuestas haría para su mejoramiento?

- ☒ Ampliación de la estructura física del local
- ☐ Ferias promocionales
- ☐ Desarrollo de una plataforma virtual que permita visualizar los productos y servicios completos

2. Con base en su experiencia laboral ¿qué aspectos operativos tendría en cuenta para mejorar la prestación del servicio al cliente?

- ☐ Disponibilidad de técnicos especializados en asesoría y aparatos electrónicos
- ☒ Establecer una ley de oferta y demanda
- ☐ Contar con un catálogo de servicios y productos

3. Si se pudiera mejorar una línea de comercialización ¿cuál (cuáles) tendría en cuenta para esta propuesta?

- ☐ Extremadamente accesibles
- ☐ Muy accesibles
- ☒ Moderadamente accesibles

- ☐ Ligeramente accesibles
- ☐ Nada accesibles

4. Si dependiera de su criterio ¿qué aspectos tendría en cuenta para una campaña publicitaria?

- ☐ Posicionamiento de la marca en el mercado
- ☒ El uso de página web y redes sociales, que sirvan como catálogo de ventas

5. Con base en las experiencias de mercado en la región cafetera ¿dónde cree usted que se debería abrir un punto de venta?

- ☒ Cartago
- ☐ Armenia
- ☐ Manizales

6. Según a las observaciones hechas hacia la competencia ¿qué aspectos importantes podrían mejorarse para optimizar los resultados en ventas y servicios de Soportech?

- ☐ Estructura física
- ☒ Asesor comercial que visite clientes potenciales
- ☐ Manejo de líneas promocionales acordes a las épocas del año

7. ¿Considera que ha tenido la suficiente capacitación para brindar asesoría a los clientes que lo solicitan?

- ☒ Si
- ☐ No

8. ¿Cómo percibe a la empresa en el mercado?

- ☐ Como el mayor competidor en el mercado
- ☒ Como un buen competidor en el mercado
- ☐ Como una empresa que se empieza a posicionar

9. ¿Qué palabra de las siguientes se asocia con el concepto que usted tiene de la empresa?

- ☐ Calidad
- ☒ Servicio
- ☐ Reestructuración

COLABORADOR 2

1. ¿Si estuviera en sus manos el desarrollo de la empresa que propuestas haría para su mejoramiento?

- ☐ Ampliación de la estructura física del local
- ☐ Ferias promocionales
- ☒ Desarrollo de una plataforma virtual que permita visualizar los productos y servicios completos

2. Con base en su experiencia laboral ¿qué aspectos operativos tendría en cuenta para mejorar la prestación del servicio al cliente?

- ☐ Disponibilidad de técnicos especializados en asesoría y aparatos electrónicos
- ☒ Establecer una ley de oferta y demanda
- ☐ Contar con un catálogo de servicios y productos

3. Si se pudiera mejorar una línea de comercialización ¿cuál (cuáles) tendría en cuenta para esta propuesta?

- ☐ Extremadamente accesibles
- ☐ Muy accesibles
- ☒ Moderadamente accesibles
- ☐ Ligeramente accesibles
- ☐ Nada accesibles

4. Si dependiera de su criterio ¿qué aspectos tendría en cuenta para una campaña publicitaria?

- ☐ Posicionamiento de la marca en el mercado
- ☒ El uso de página web y redes sociales, que sirvan como catálogo de ventas

5. Con base en las experiencias de mercado en la región cafetera ¿dónde cree usted que se debería abrir un punto de venta?

- ☒ Cartago
- ☐ Armenia
- ☐ Manizales

6. Según a las observaciones hechas hacia la competencia ¿qué aspectos importantes podrían mejorarse para optimizar los resultados en ventas y servicios de Soportech?

- ☒ Estructura física
- ☐ Asesor comercial que visite clientes potenciales
- ☐ Manejo de líneas promocionales acordes a las épocas del año

7. ¿Considera que ha tenido la suficiente capacitación para brindar asesoría a los clientes que lo solicitan?

☐ Si

☒ No

8. ¿Cómo percibe a la empresa en el mercado?

☐ Como el mayor competidor en el mercado

☒ Como un buen competidor en el mercado

☐ Como una empresa que se empieza a posicionar

9. ¿Qué palabra de las siguientes se asocia con el concepto que usted tiene de la empresa?

☐ Calidad

☒ Servicio

☐ Restructuración

Anexo 2. Encuesta colaboradores y tabulación de resultados

Los colaboradores de la empresa “Soportech Eje” mostraron una buena actitud al momento de diligenciar la encuesta, siendo -participativos, contribuyendo así al buen desarrollo de la misma.

4.1.2 Análisis DOFA

Para determinar si la empresa cuenta con la capacidad para desempeñarse en su entorno, es indispensable el análisis a través de la matriz DOFA; mientras más competitiva sea la organización en comparación con sus competidores mayores posibilidades de éxito. El análisis DOFA está diseñado para ayudar a encontrar el mayor acoplamiento entre las tendencias del medio, las oportunidades y amenazas, las capacidades internas, debilidades y fortalezas de la empresa; dicho análisis permitirá a la organización formular estrategias para aprovechar sus fortalezas, prevenir el efecto de sus debilidades, utilizar a tiempo sus oportunidades y anticiparse a las amenazas.

Una vez aplicada la herramienta de matriz DOFA, se da por concluida esta etapa con la presentación de los principales resultados para la empresa, estableciendo los factores claves de éxito evidenciando su impacto. La realización de ésta matriz se hace con el fin de proponer los objetivos y estrategias de mejora para la empresa.

<p align="center">MATRIZ DOFA SOPORTECH EJE</p>	<p>DEBILIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. No cuenta con un Direccionamiento Estratégico 2. Bajo nivel de Promociones 3. Bajo Nivel de Personal 4. Posicionamiento de la Imagen de la empresa 5. Conocimiento empírico de manejo de empresa 	<p>FORTALEZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Precios competitivos 2. Sostenibilidad 3. Buena relación con los Proveedores 4. Nivel alto de Servicio al cliente 5. Productos exclusivos y variados 6. Ubicación estratégica en la comercialización
<p>OPORTUNIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aumento en la demanda 2. Cultura con tendencia a lo moderno 3. Prospectiva de expansión comercial 4. Aprovechamiento de la globalización de los mercados 5. Facilidad de publicidad por redes sociales 	<p>ESTRATEGIAS (DO)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proponer e implementar un direccionamiento estratégico que contenga misión, visión, valores y políticas claras. (D1, O1) • Realizar campañas publicitarias. (D2, O2) • Capacitar personal de manera gradual para la apertura de nuevos locales. (D3, O3) 	<p>ESTRATEGIAS (FO)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Calidad en los productos y precios competitivos. (F1,2,3,5 O1,2,3) • Apertura de nuevos locales (F6, O1,3,4) • Establecer relaciones con proveedores internacionales (F1,2,5, O1,2,3,4) • Proyectar servicios al cliente en instalación y asesoría aumentando la cobertura (F4,6, O1,3)
<p>AMENAZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Competidores extranjeros entrando al mercado nacional con bajos costos. 2. Dinamismo en el desarrollo tecnológico. 3. Estrategias de la competencia. 4. La fluctuación del dólar y su incidencia en los costos 5. La situación político-social del país 	<p>ESTRATEGIAS (DA)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Llevar a cabo programas enfocados en conocer las expectativas y percepciones de los clientes. (D4, A1,3) • Llevar a cabo programas enfocados en conocer las expectativas y percepciones del personal (D3, A3) • Fortalecer relaciones con mercados asiáticos para evitar la amenaza del dólar.(D4, A4) • Capacitar los directivos y dueños de la empresa frente a un desarrollo estratégico por procesos. (D6, A3) 	<p>ESTRATEGIAS (FA)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Brindar calidad en el servicio y en el precio del producto (F1, A1,3) • Renovar el catálogo de productos teniendo en cuenta los avances tecnológicos (F5, A2,3,4) • Realizar un estudio de mercados frente a la movilidad de electrónicos y soportes en la región. (A1,2,3,5, F4)

Tabla 1. Matriz DOFA - Fuente: Elaboración propia.

Después de hacer uso de la herramienta de la matriz DOFA, se analizaron varios aspectos importantes de la empresa, tanto internos como externos, se plantearon posibles estrategias que podrían llevarse a cabo para disminuir el impacto negativo del medio y aprovechar lo positivo tanto de la empresa como del entorno.

Con la definición de estas estrategias se busca alcanzar una ventaja competitiva y solidificar de la situación del negocio en el corto y medio plazo fortaleciendo la imagen de la empresa.

ESTRATEGIAS

1. Proponer e implementar un direccionamiento estratégico que contenga misión, visión, valores y políticas claras
2. Realizar campañas publicitarias
3. Capacitar personal de manera gradual para la apertura de nuevos locales
4. Calidad en los productos y precios competitivos.
5. Apertura de nuevos locales
6. Establecer relaciones con proveedores internacionales
7. Llevar a cabo programas enfocados en conocer las expectativas y percepciones de los clientes.
8. Llevar a cabo programas enfocados en conocer las expectativas y percepciones del personal
9. Fortalecer relaciones con mercados asiáticos para evitar la amenaza del dólar
10. Capacitar los directivos y dueños de la empresa frente a un desarrollo estratégico por procesos
11. Brindar calidad en el servicio y en el precio del producto
12. Renovar el catálogo de productos teniendo en cuenta los avances tecnológicos
13. Realizar un estudio de mercados frente a la movilidad de electrónicos y soportes en la región.

4.2 Diseño De Direccionamiento Estratégico

Con base en los resultados del diagnóstico organizacional expuesto anteriormente, se propone un Direccionamiento Estratégico enfocado en el ser y acorde a la filosofía de Soportech Eje

4.2.1 Formulación de la MISIÓN

Debido a que la microempresa no tiene una misión definida que le permita plantear su razón de ser y tener una idea clara ante los clientes sobre que les ofrece, se propone una misión clara y concreta acorde al que hacer de la empresa:

“Soportech es una empresa dedicada a la comercialización, instalación y asesoría de aparatos electrónicos, ofreciendo a sus clientes las mejores alternativas en seguridad, comodidad y estética”

4.2.2 Formulación de la VISION

La visión es una herramienta importante que le permite a la organización proyectarse a futuro e ir midiendo la consecuencia de sus acciones, por tanto, se propone una visión de acuerdo a las proyecciones a largo plazo de la organización:

“En el año 2024 seremos una empresa líder y altamente reconocida en el eje cafetero y norte del Valle gracias a nuestro excelente servicio en atención al cliente, basada en la calidad humana de nuestros colaboradores y relaciones directas con proveedores, obteniendo lazos de fidelización y relaciones duraderas”

4.2.3 Formulación de las POLITICAS ORGANIZACIONALES

Con una clara definición de las políticas organizacionales, el talento humano de la empresa tendrá pleno conocimiento de las normas y de las responsabilidades que deberán cumplir día a día dentro de la organización, por tal razón se plantean unas políticas organizacionales acordes al que hacer de la empresa:

- Realizar todo trabajo con excelencia.
- Las acciones realizadas giran en torno a la satisfacción del cliente, por tanto, todos los integrantes de la empresa deben estar en capacidad de atender las necesidades que presente.
- La calidad del trabajo debe ser el punto más importante y está enfocada en la satisfacción del cliente.
- La ética debe ser un componente esencial de todos los integrantes de la empresa.
- Realizar capacitaciones periódicas para impulsar el desarrollo de la capacidad y personalidad de los colaboradores.

4.2.4 Formulación de los VALORES ORGANIZACIONALES

Con los valores organizacionales se busca que entre los integrantes de la organización se genere un ambiente de trabajo adecuado y que se lleven a cabo las metas de la empresa, para ello se hace necesario que los valores se practiquen y no sean solo un ideal a alcanzar, de la misma manera el grupo de trabajo debe practicarlos por convicción propia y no por imposición por ello quien dirige la Soportech debe convencerlos de que actuar bajo ciertas normas de conducta ya que le será beneficioso tanto a los dueños como al grupo de trabajo. Los valores organizacionales propuestos son los siguientes:

- **Honestidad:** sinceridad y transparencia en cada uno de nuestros actos.
- **Respeto:** hacia nuestros compañeros, jefes, clientes y empleados.
- **Lealtad:** ser fiel a nuestra empresa y a nuestros valores organizacionales.
- **Responsabilidad:** cumplir con las funciones encomendadas en tiempo y forma.
- **Trabajo en equipo:** fomentar el compañerismo, la buena disposición y comunicación entre todos los empleados de la empresa.
- **Seriedad:** Compromiso con el trabajo y con el cliente

4.2.5 Formulación de los OBJETIVOS ORGANIZACIONALES

Los objetivos organizacionales permitirán a la empresa tomar un rumbo específico, identificar aspectos que se deban controlar y tomar en cuenta para que se logren las metas, con el fin de dar al cumplimiento a la misión y visión de la misma, por lo cual se proponen los siguientes objetivos:

1. Hacia los clientes

Brindar una atención inmediata y oportuna que genere satisfacción en los procesos de asesoría e instalación de los equipos electrónicos de acuerdo a las necesidades, intereses y condiciones económicas de los clientes

2. Hacia el mercadeo

Posicionar la imagen de la empresa en el medio, logrando un mayor reconocimiento y aceptación a través de los bienes y servicios que brinda

3. Hacia los colaboradores

Desarrollar una estrategia organizacional que permita la interiorización de la filosofía y la visión institucional permitiendo a los empleados un trabajo en equipo que redunde en las metas estratégicas planteadas para la empresa.

4. Hacia el crecimiento

Desarrollar una estrategia organizacional que permita la interacción de los procesos de servicios y comercialización de bienes para optimizar sistema de la empresa, buscando disminuir los costos y gastos, aumentando la rentabilidad.

4.3 Planeación Estratégica

4.3.1 Análisis estratégico

Una vez establecidos los objetivos se identificaron las opciones estratégicas que se pueden tener en cuenta para lograr los objetivos propuestos anteriormente.

De esta manera se identificaron las alternativas más adecuadas para el diseño estratégico situacional en la reestructuración de la empresa. Este proceso de reingeniería analiza los diferentes factores que inciden de modo negativo en el desenvolvimiento de la empresa. De esta forma, las opciones estratégicas que suministró la matriz de análisis

DOFA (Ver tabla 1.) y que se tuvieron en cuenta en la formulación de los planes de acción se muestran a continuación:

ESTRATEGIAS

1. Realizar campañas publicitarias en los medios de difusión y como eje principal el internet.
2. Establecer una política de Calidad en los servicios de asesoría e instalación de los productos.
3. Brindar una Atención integral por parte de todos los colaboradores.
4. Llevar a cabo programas de inducción, capacitación y entrenamiento del personal en la empresa.

4.4 Planes De Acción

El siguiente paso consistió en proponer los planes de acción que permitieron llevar a cabo las estrategias y cumplir con los objetivos propuestos, a través de una serie de actividades, delegando funciones, definiendo tiempos, recursos, entre otros.

Es así como a continuación se plantearon los planes de acción con los aspectos descritos anteriormente:

1. Fortalecimiento y consolidación de la empresa en el mercado.
2. Conocimiento y análisis de las necesidades de los clientes y sus expectativas.
3. Implementar programas de inducción, capacitación y entrenamiento a los colaboradores.
4. Establecer tiempos estándares de servicio

Tabla 2. Planes de acción

PLAN DE ACCION 1. FORTALECIMIENTO Y CONSOLIDACIÓN DE LA EMPRESA EN EL MERCADO

OBJETIVO	ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	TIEMPO	RESPONSABLE	RECURSOS	INDICADORES
Fortalecimiento Y consolidación De la empresa En el mercado.	Calidad en los productos y precios competitivos	Contratar mano de obra Calificada para <u>instalación</u>	continuo	Gerente	Financieros Personal encargado	* (# Uds. Defectuosas / # Uds. recibidas) X 100 * (# de clientes captados/ # de clientes esperados) x 100
		Comprar al proveedor bases de excelente calidad y certificadas	----	Gerente y Asesor De Ventas		
		Supervisión y control en La recepción de las bases	-----	Gerente y Asesor De Ventas		
		Analizar y definir precios del producto de acuerdo al mercado y costos de compra	-----	Gerente y contador		
	Realizar campañas publicitarias.	<u>Creación</u> de campañas publicitarias	Continuo	Gerente	Paginas Web, Redes sociales Financieros	(# de ventas efectuadas / # Ventas presupuestadas) x 100
		Evaluar alternativas	-----		Personal Encargado	
		Seleccionar medios De realización	-----			
		Definir tipo de publicidad	-----			
		Definir tiempo de cada campaña	-----			
		Llevar a cabo la campaña publicitaria	-----			

PLAN DE ACCION 2. CONOCIMIENTO Y ANALISIS DE LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES Y SUS EXPECTATIVAS						
OBJETIVO	ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	TIEMPO	RESPONSABLE	RECURSOS	INDICADORES
Lograr un excelente servicio al cliente.	Llevar a cabo programas enfocados en conocer las expectativas y percepciones de los clientes.	Realizar periódicamente encuestas a los clientes sobre la percepción de la empresa, los productos y el servicio prestado.	90 días	Gerente y vendedor	Financieros, personal encargado, papelería	Resultados Encuestas
		Establecer buzones de sugerencias.	—			Nivel de percepción negativa y/o positiva de los clientes
		Identificar oportunidades de mejora y llevar a cabo acciones correctivas.	—	Gerente		(# de PQRS solucionados / # total de PQRS) x 100

PLAN DE ACCION 3. IMPLEMENTAR PROGRAMAS DE INDUCCIÓN, CAPACITACIÓN Y ENTRENAMIENTO A LOS COLABORADORES.						
OBJETIVO	ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	TIEMPO	RESPONSABLE	RECURSOS	INDICADORES
Contar con un plan de capacitación y motivación Organizacional.	Llevar a cabo programas de inducción, capacitación y entrenamiento de Personal.	Definir estructura y cronograma de inducción y Entrenamiento.	30 días	Gerente	Personal encargado, Papelería, Recursos financieros	(Cantidad de personal capacitado / Cantidad total de personal contratado) x 100
		Definir programa y cronograma de Capacitación.	1 día			Calificaciones obtenidas en las evaluaciones
		Elaborar formatos de inducción, entrenamiento, capacitación y de Evaluación.	7 días			
		Delegar actividades a Formadores.	1 día			
		Ejecutar proceso de Formación.	De acuerdo a los programas y cronogramas	Encargados de cada Proceso	Recursos financieros, personal encargado	

PLAN DE ACCION 4. ESTABLECER TIEMPOS ESTÁNDARES DE PRODUCCIÓN.						
OBJETIVO	ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	TIEMPO	RESPONSABLE	RECURSOS	INDICADORES
Disminuir los Tiempos de Instalación De las bases	Implementar estudio de métodos y Tiempos.	Evaluar técnicas para medir tiempos de Instalación.	7 días	Gerente Y personal externo calificado	Personal encargado Papelería	(No. de Uds. ventas / Cantidad Uds Instaladas en el tiempo estándar) X 100
		Seleccionar la técnica más adecuada.	2 días		Cronómetro	
		Aplicar técnica a colaborador calificado.	5 días		Personal encargado Papelería Cronómetro	
		Definir y sistematizar tiempos estándar de Instalación.	7 días		Personal encargado Papelería Sistema	

4.4.1 Mapa De Procesos Propuesto

A través del mapa de procesos se representan gráficamente los procesos que hacen parte de la organización Soportech Eje, clasificándolos en estratégicos, misionales y de apoyo. El diseño de estos procesos se basa en la búsqueda del cumplimiento de la misión, la visión y el cumplimiento de los planes de acción logrando una excelente prestación de los servicios y productos a través de la adecuada interacción de los mismos.

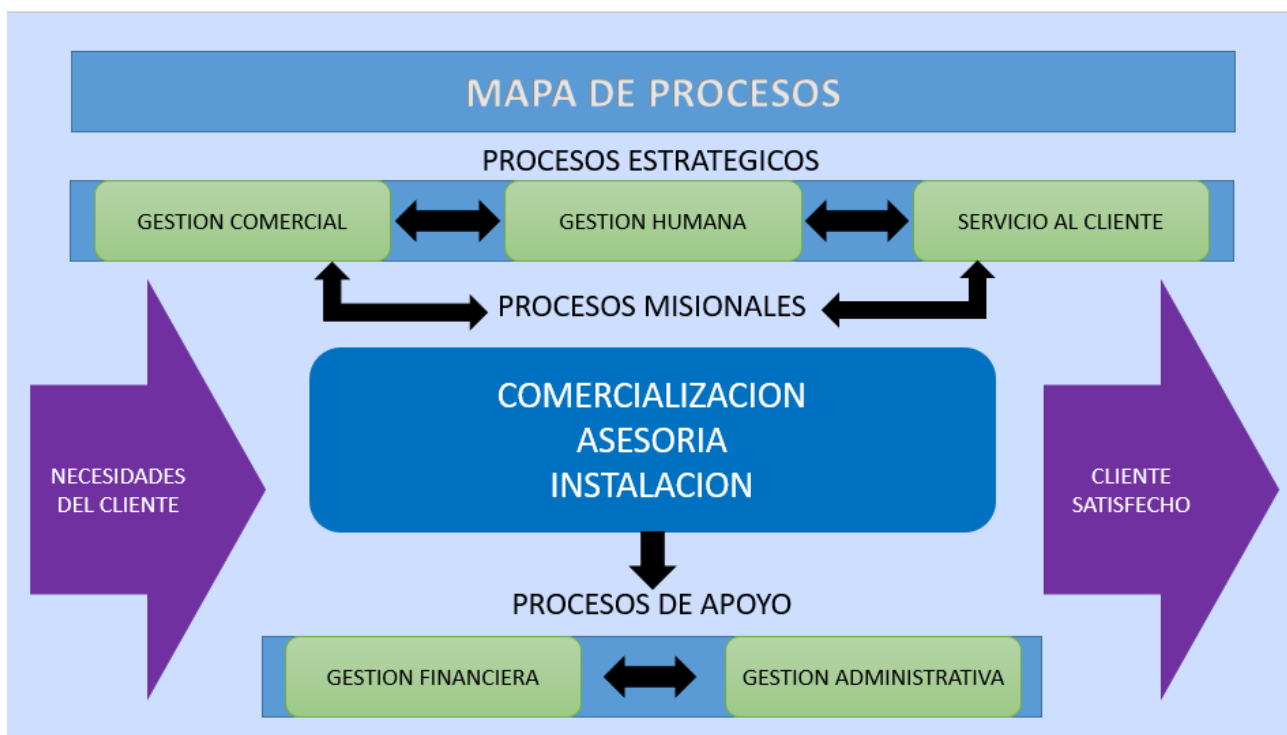


Figura 3. Mapa de Procesos

Fuente: Elaboración propia

4.4.2 Organigrama Propuesto

A través del siguiente organigrama se busca representar gráficamente las relaciones jerárquicas e interacciones entre las diferentes áreas identificadas como viables dentro de la empresa Soportech Eje.

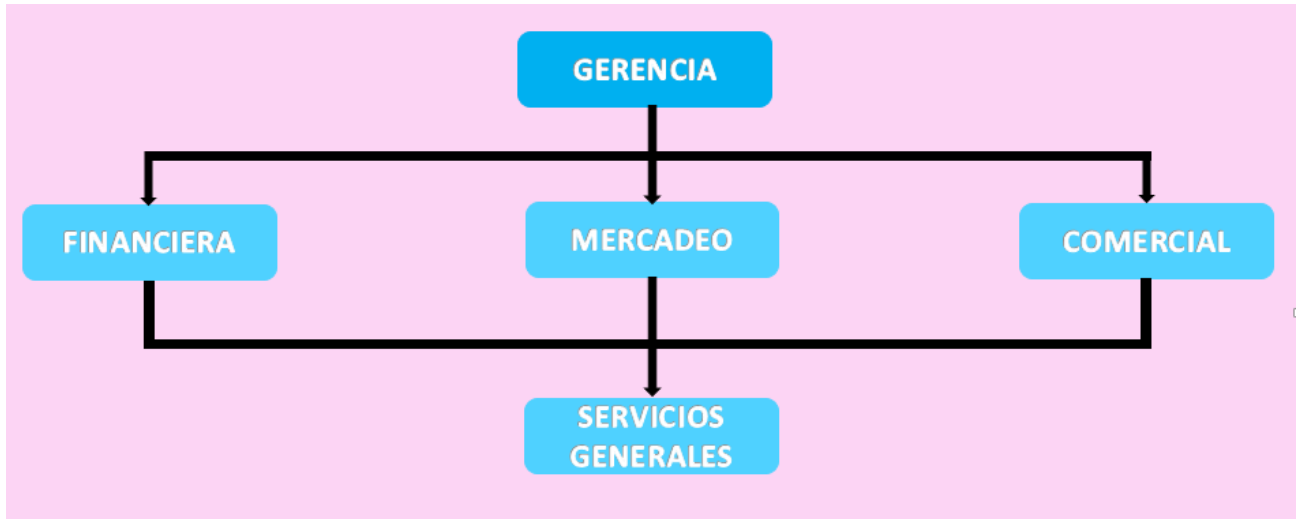


Figura 4. Organigrama

Fuente: Elaboración propia

4.4.3 Documentación De Procesos Y Procedimientos

El presente manual de procesos y procedimientos tiene como objetivo dotar a la empresa de una herramienta de consulta y de trabajo que contribuya al cumplimiento eficaz, eficiente y efectivo de la misión, visión, valores, políticas y objetivos organizacionales contemplados en el Direccionamiento Estratégico diseñado y que permita identificar los procesos con la estructura, base conceptual y visión en conjunto, de las actividades estratégicas, misionales y de soporte de Soportech Eje

PROCESOS ESTRATEGICOS:

- Gestión Comercial
- Servicio al Cliente
- Gestión Humana

PROCESOS MISIONALES

- Comercialización
- Asesoría
- Instalación

PROCESOS DE APOYO

- Gestión Financiera
- Gestión Administrativa

SOPORTECH EJE
MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROCESO

1.1 NOMBRE DEL PROCESO: GESTION COMERCIAL

1.2 AREA TITULAR: COMERCIAL

1.3 OBJETIVOS: Gestionar la actividad comercial de Soportech Eje, con el fin de atraer clientes, vender los productos y servicios y facturarlos oportunamente.

1.4 RESULTADOS ESPERADOS: Lograr las metas propuestas mes a mes, cumpliendo con el Presupuesto planteado y la rentabilidad esperada.

1.5 LIMITES

PUNTO INICIAL: Mercadeo

PUNTO FINAL: Ventas

1.6 FORMATOS O IMPRESOS:

- Bases de datos.
- Lista de precios
- Facturas
- Orden de pedido

1.7 RIESGOS:

- Pérdida de clientes por errores internos.

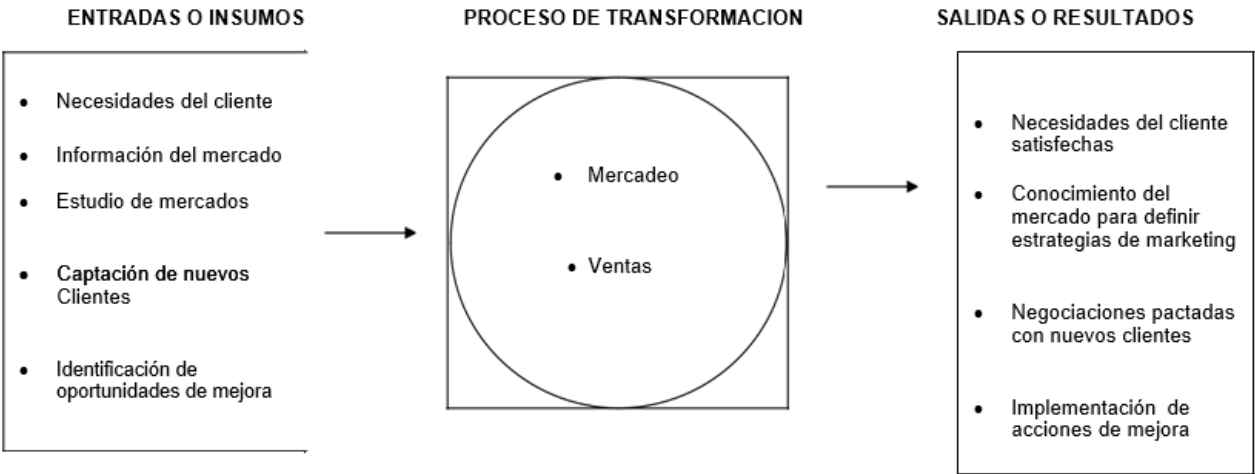
1.8 CONTROLES EJERCIDOS:

- Seguimiento a la orden de pedido e indicadores de cumplimiento

OBSERVACIONES: La parte comercial es punto clave y estratégico en el desarrollo de los objetivos de la empresa, por tanto, se deben hacer controles periódicos para garantizar el cumplimiento del área.

SOPORTECH EJE	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA	
---------------	--	--

2. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROCESO.



SOPORTECH EJE
MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROCEDIMIENTO

1.1 MERCADEO

1.2 RESPONSABLE: GERENTE GENERAL – ASESOR DE MARKETING

1.3 OBJETIVO: Atraer nuevos clientes identificando las necesidades actuales del mercado y logrando el reconocimiento de la empresa.

1.4 RESULTADOS ESPERADOS: Interesar al cliente por los productos y servicios que ofrece la empresa.

1.5 LIMITES

PUNTO INICIAL: Detección de las necesidades del cliente.

PUNTO FINAL: Diseño y puesta en marcha de campañas publicitarias para atraer nuevos clientes.

1.6 FORMATOS O IMPRESOS:

- Registro de clientes.
- Catálogos de productos y servicios
- Volantes, calendarios.

1.7 RIESGOS:

- Gastos excesivos en campañas publicitarias que no tienen el impacto esperado.
- Riesgo en el lanzamiento de nuevos productos.
- No lograr la satisfacción esperada en el cliente.

1.8 CONTROLES EJERCIDOS:

Verificación y continuo seguimiento a las campañas publicitarias y al lanzamiento de nuevos productos.

SOPORTECH EJE
MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA

2. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

MERCADEO								
No.	Actividad	Responsable	Área	Tiempo	Frecuencia			
					D	S	M	O
1.	Detección de las necesidades del Cliente	Gerente Auxiliar comercial Asesor de marketing	Comercial	1 Semana	X			
2.	Estudio y análisis de esas necesidades.	Gerente Asesor de marketing	Comercial	1 Semana	X			
3.	Diseño y puesta en marcha de campañas publicitarias para atraer nuevos clientes.	Gerente Asesor de marketing	Comercial	3 Meses	X			

SOPORTECH EJE
MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROCEDIMIENTO

1.1 VENTAS

1.2 RESPONSABLE: GERENTE GENERAL – AUXILIAR COMERCIAL

1.3 OBJETIVO: Cumplir con el presupuesto de ventas establecido mes a mes aumentando la rentabilidad y competitividad de la empresa.

1.4 RESULTADOS ESPERADOS: Cierre de negociaciones con nuevos clientes y fidelización de los clientes ya existentes.

1.5 LIMITES

PUNTO INICIAL: Captación de nuevos clientes.

PUNTO FINAL: Mantenimiento y fidelización.

1.6 FORMATOS O IMPRESOS:

- Bases de datos.
- Formato para registro de clientes.
- Portafolio de productos.

1.7 RIESGOS:

- No cumplir el presupuesto.
- Retiro de clientes por incumplimientos.

1.8 CONTROLES EJERCIDOS:

Verificación y continuo seguimiento a las campañas publicitarias y al lanzamiento de nuevos productos.

SOPORTECH EJE
MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA

2. DESCRIPCION DEL PROCEDIMIENTO

VENTAS								
No.	Actividad	Responsable	Área	Tiempo	Frecuencia			
					D	S	M	O
1.	Captación de nuevos clientes.	Gerente Asesor de marketing	Comercial	1 mes	X			
2.	Cierre de la negociación.	Gerente Auxiliar comercial	Comercial	1 semana		X		
3.	Seguimiento de la venta y el Cliente.	Gerente Auxiliar comercial	Comercial	1 semana	X			
4.	Mantenimiento y fidelización.	Gerente Auxiliar comercial asesor de marketing	Comercial	N/A	X			

SOPORTECH EJE
MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROCESO

1.1 GESTION HUMANA

1.2 AREA TITULAR: GERENCIA

1.3 OBJETIVOS: Atraer, retener y desarrollar el personal que actualmente y en el futuro se requerirá, proporcionándole las competencias y las herramientas necesarias para su buen desempeño.

1.4 RESULTADOS ESPERADOS:

Contribuir con la organización mediante el incremento del capital humano y la generación de valor.

1.5 LIMITES

PUNTO INICIAL: Planeación del talento humano.

PUNTO FINAL: Evaluación del desempeño.

1.6 FORMATOS O IMPRESOS:

- Bases de datos.
- Hojas de vida.
- Formato de resultado de selección de personal.
- Formatos de inducción y entrenamiento

1.7 RIESGOS:

- Elección inadecuada del talento humano.
- Mala distribución de los puestos de trabajo.
- Intranquilidad del talento humano a causa de rotaciones innecesarias.

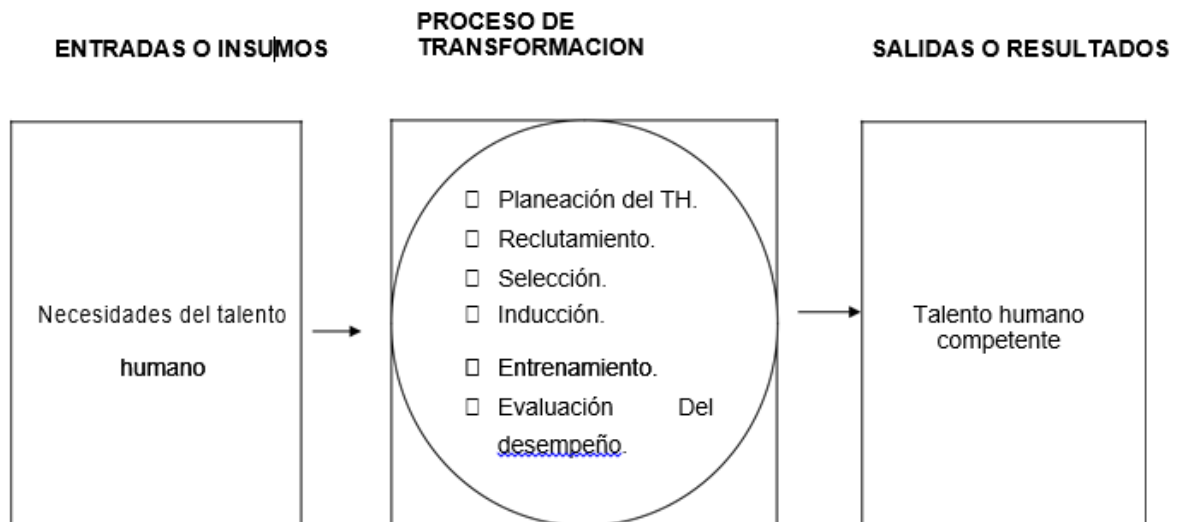
1.8 CONTROLES EJERCIDOS:

Verificación, seguimiento y evaluación periódica del talento humano.

OBSERVACIONES: La gestión del talento humano es el proceso mediante el cual se diseñan, implementan y administran las políticas, objetivos, estrategias, requerimientos y procedimientos relativos al personal de la empresa.

SOPORTECH EJE	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA	
---------------	--	--

2 DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROCESO.



SOPORTECH EJE
MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROCEDIMIENTO

1.1 PLANEACION DEL TALENTO HUMANO

1.2 RESPONSABLE: GERENTE

1.3 OBJETIVO: Establecer estrategias y programas en relación con el personal definiendo cuales son las necesidades, el perfil y las características del personal para estar en posibilidad de lograr el plan estratégico corporativo.

1.4 RESULTADOS ESPERADOS: Conocer la fuerza laboral y el talento humano necesarios para lograr la misión y visión de la organización.

1.5 LIMITES

PUNTO INICIAL: Definición de la misión, visión, objetivos, estrategia y presupuestos del área de recursos humanos.

PUNTO FINAL: Establecer estrategias para lograr una planta estable de trabajo con personal altamente satisfecho y comprometido con la organización.

1.6 FORMATOS O IMPRESOS:

- Hojas de vida
- Bases de datos.

1.7 RIESGOS:

- Posibles cambios en uso de tecnologías.

1.8 CONTROLES EJERCIDOS:

- Seguimiento y evaluación del plan estratégico.

OBSERVACIONES: Junto a la estrategia organizacional, se propone una planeación de recursos humanos orientada a identificar las necesidades de productos de nuevos negocios de expansión, estableciendo y reconociendo los requerimientos futuros, permitiendo a la empresa contar con el personal adecuado.

SOPORTECH EJE
MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA

2. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

PLANEACION DEL TALENTO HUMANO								
No.	Actividad	Responsable	Área	Tiempo	Frecuencia			
					D	S	M	O
1.	Definición de la misión, visión, objetivos, estrategia y presupuestos del área de gestión del talento humanos.	Gerente	Gerencia	1 Día	X			
2.	Determinación de la cantidad necesaria del personal, asignándolo a los diversos puestos de la organización de acuerdo con el plan estratégico.	Gerente	Gerencia	1 Día	X			
3.	Diagnóstico y programación de la capacitación y rotación del personal para lograr mejor desempeño.	Gerente	Gerencia	1 Día	X			
4.	Aplicación de estrategias de cambio, para lograr la salud y excelencia organizacional.	Gerente	Gerencia	1 Día	X			
5.	Establecer estrategias para lograr una planta estable de trabajo con personal altamente satisfecho y comprometido con la organización.	Gerente	Gerencia	1 Día	X			

SOPORTECH EJE
MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROCEDIMIENTO

1.1 RECLUTAMIENTO.

1.2 RESPONSABLE: GERENCIA

1.3 OBJETIVO: Atraer candidatos potencialmente calificados de entre los cuales se seleccionará los futuros integrantes de la organización.

1.4 RESULTADOS ESPERADOS: Recibir solicitudes de nuevos talentos para cubrir de la mejor manera la vacante de la organización.

1.5 LIMITES

PUNTO INICIAL: Consultar hojas de vida de posibles candidatos.

PUNTO FINAL: Anunciar en diarios, revistas e internet.

1.6 FORMATOS O IMPRESOS:

- Hojas de vida
- Resultados de evaluación del desempeño
- Pruebas (psicotécnicas, psicológicas, medicas....)

1.7 RIESGOS: Descartar buenos talentos, Exceso de personas reclutadas.

1.8 CONTROLES EJERCIDOS: Verificación de información sobre personas reclutadas.

OBSERVACIONES: Una vez que se han definido los puestos en la organización, se debe planificar las vacantes para el puesto y definir como serán cubiertas. Seguidamente se debe desarrollar la investigación pertinente, para determinar si existe personal de la organización que reúna los requisitos para desempeñar el cargo satisfactoriamente (Reclutamiento Interno) o proseguir con el reclutamiento externo.

SOPORTECH EJE
MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA

2. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

RECLUTAMIENTO								
No.	Actividad	Responsable	Área	Tiempo	Frecuencia			
					D	S	M	O
1.	Consultar hojas de vida de posibles candidatos	Gerente	Gerencia	3 Días				X
2.	Utilizar carteles o anuncios publicando la vacante	Gerente	Gerencia	2 Días				X
3.	Anunciar en diarios, revistas e internet	Gerente	Gerencia	1Días				X

SOPORTECH EJE
MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROCEDIMIENTO

1.1 SELECCIÓN

1.2 RESPONSABLE: GERENTE

1.3 OBJETIVO: Obtener personal idóneo para cada puesto de trabajo.

1.4 RESULTADOS ESPERADOS: Adecuación y eficiencia del personal en su respectivo cargo.

Eligiéndola persona que cumpla en mayor medida los requisitos del cargo.

1.5 LIMITES

PUNTO INICIAL: Análisis del puesto.

PUNTO FINAL: Contratación.

1.6 FORMATOS O IMPRESOS:

- Hojas de vida.
- Contratos de trabajo.

1.7 RIESGOS:

Elección incorrecta de la persona para el cargo.

1.8 CONTROLES EJERCIDOS:

Verificación de la información y referencias de los aspirantes al cargo.

OBSERVACIONES: La contratación de personal es el procedimiento en el cual se busca seleccionar de un grupo de candidatos aspirantes, a la persona más idónea y que cumpla con todas las características del puesto de trabajo y realizar su respectiva vinculación a la empresa.

SOPORTECH EJE
MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA

2. DESCRIPCION DEL PROCEDIMIENTO

SELECCIÓN								
No	Actividad	Responsable	Área	Tiempo	Frecuencia			
					D	S	M	O
1	Análisis de Puesto	Gerente	Gerencia	1 día	x			
2	Entrevista	Gerente	Gerencia	1 día	x			
3	Pruebas de trabajo	Gerente	Gerencia	1 día	x			
4	Examen médico de ingreso	Médico Externo	IPS	1 día	x			
5	Contratación	Gerente	Gerencia	1 día	x			

SOPORTECH EJE
MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROCEDIMIENTO

1.1 INDUCCION

1.2 RESPONSABLE: GERENTE

1.3 OBJETIVO: brindar al nuevo colaborador la orientación general sobre las funciones que desempeñará, los fines y objetivos de la empresa y la estructura de esta

1.4 RESULTADOS ESPERADOS: Ubicar el personal en la compañía y hacer que se identifique con los objetivos organizacionales y de todo su potencial para el logro de los mismos.

1.5 LIMITES

PUNTO INICIAL: Ubicación del nuevo colaborador.

PUNTO FINAL: Seguimiento de las actividades desarrolladas por el nuevo colaborador.

1.6 FORMATOS O IMPRESOS: anexos, bases de datos, información general.

1.7 RIESGOS:

El proceso de inducción no favorezca la integración rápida y efectiva de los colaboradores a la empresa.

1.8 CONTROLES EJERCIDOS: concientización por parte de la gerente acerca del compromiso que se debe tomar con este tipo de procedimiento.

OBSERVACIONES: La inducción brinda al empleado nuevo, información clara y amplia de la empresa tanto en el aspecto físico, tecnológico, organizacional como de su recurso humano.

SOPORTECH EJE
MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA

2. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

INDUCCION								
No.	Actividad	Responsable	Área	Tiempo	Frecuencia			
					D	S	M	O
1.	Ubicar el nuevo colaborador	Gerente	Gerencia	1 Día				X
2.	Presentar las políticas de la empresa.	Gerente	Gerencia					X
3.	Realizar un recorrido empresarial.	Gerente	Gerencia					X
4.	Presentar a los compañeros de trabajo.	Gerente	Gerencia					X
5.	Seguimiento de las actividades desarrolladas por el nuevo colaborador.	Gerente	Gerencia					X

SOPORTECH EJE
MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROCEDIMIENTO

1.1 ENTRENAMIENTO.

1.2 RESPONSABLE: GERENTE

1.3 OBJETIVO: adaptar al colaborador a determinado cargo, buscando dar al individuo los elementos esenciales para el ejercicio de un cargo y preparándolo de manera adecuada.

1.4 RESULTADOS ESPERADOS: Asegurar, lo más pronto posible a los colaboradores para que puedan alcanzar un nivel aceptable en su trabajo y mejorar las capacidades y el conocimiento que se requieren para elevar el nivel de desempeño en el trabajo actual, o para desarrollar un potencial para el futuro.

1.5 LIMITES

PUNTO INICIAL: Transmisión de información.

PUNTO FINAL: Desarrollo de conceptos.

1.6 FORMATOS O IMPRESOS:

- Anexos.
- Bases de datos.
- Información general.

1.7 RIESGOS:

Crear una actitud desfavorable en el colaborador con la orientación general.

1.8 CONTROLES EJERCIDOS:

Establecer requerimientos de manera personal por cada colaborador.

OBSERVACIONES:

2. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

ENTRENAMIENTO								
No.	Actividad	Responsable	Área	Tiempo	Frecuencia			
					D	S	M	O
1.	Transmisión de Información	Gerente	Gerencia	1 día	X			
2.	Desarrollo de Habilidades	Gerente	Gerencia	1 día	X			
3.	Desarrollo o modificación de actitudes	Gerente	Gerencia	1 día	X			
4.	Desarrollo de Conceptos	Gerente	Gerencia	1 día	X			

SOPORTECH EJE
MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROCEDIMIENTO

1.1 EVALUACION DEL DESEMPEÑO.

1.2 RESPONSABLE: GERENTE

1.3 OBJETIVO: implantar nuevas políticas de compensación, mejorar el desempeño, tomar decisiones de aumentos o de ubicación, determinar si existe la necesidad de volver a capacitar y detectar errores en el diseño del puesto.

1.4 RESULTADOS ESPERADOS: mejorar los resultados de los recursos humanos de la empresa Para alcanzar los objetivos organizacionales.

1.5 LIMITES

PUNTO INICIAL: Seleccionar el tipo de datos para evaluar el desempeño.

PUNTO FINAL: Retroalimentación de información a los empleados.

1.6 FORMATOS O IMPRESOS:

- Anexos
- Bases de datos.

1.7 RIESGOS:

Utilizar un método incorrecto de evaluación.

1.8 CONTROLES EJERCIDOS:

Utilizar un método de acuerdo a las características de los evaluados.

OBSERVACIONES:

SOPORTECH EJE
MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA

2. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO								
EVALUACION DEL DESEMPEÑO								
No.	Actividad	Responsable	Área	Tiempo	Frecuencia			
					D	S	M	O
1.	Seleccionar el tipo de datos para evaluar el desempeño.	Gerente	Gerencia	2 días				X
2.	Determinar quién efectuará la evaluación	Gerente	Gerencia					X
3.	Decidir sobre una filosofía de evaluación.	Gerente	Gerencia					X
4.	Retroalimentación de información a los empleados.	Gerente	Gerencia					X

SOPORTECH EJE
MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA

1. NOMBRE DEL PROCESO: SERVICIO AL CLIENTE.

1.1 AREA TITULAR: COMERCIAL

1.2 OBJETIVOS: Lograr clientes satisfechos a través de excelentes productos y brindando la mejor atención y asesoría, empleando herramientas como encuestas y buzones de sugerencias que permitan detectar solicitudes, inconformidades y nivel de satisfacción del cliente para la implementación de planes de acción.

1.3 RESULTADOS ESPERADOS: Clientes fieles y satisfechos que atraen nuevos clientes a la empresa.

1.4 LIMITES:

PUNTO INICIAL: Manejo de peticiones quejas y reclamos.

PUNTO FINAL: Aplicación de encuestas de satisfacción.

1.5 FORMATOS O IMPRESOS:

- Formatos PQRS
- Formatos encuestas de satisfacción
- Bases de datos

1.6 RIESGOS:

Cliente insatisfecho

1.7 CONTROLES EJERCIDOS: Aplicación de encuestas a los clientes con el fin de conocer el grado de satisfacción y su opinión sobre la empresa, seguimiento periódico al buzón de sugerencias en el cual los clientes expresan sus opiniones.

OBSERVACIONES: Con el fin de brindar una cara amable al cliente, la persona encargada de Servicio al Cliente tendrá en cuenta:

- Saludar de manera amable
- Mantener contacto visual.
- Brindar asesoría oportuna de acuerdo a las inquietudes del cliente.
- Mantener una actitud positiva.
- Escuchar atentamente la solicitud de información requerida.

SOPORTECH EJE	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA	
---------------	--	--

2. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROCESO.



SOPORTECH EJE
MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROCEDIMIENTO

1.1 MANEJO DE PETICIONES, QUEJAS, RECLAMOS Y SUGERENCIAS

1.2 RESPONSABLE: GERENTE - AUXILIAR COMERCIAL

1.3 OBJETIVO: Realizar una buena gestión de las PQRS con el fin de brindar un excelente servicio al cliente.

1.4 RESULTADOS ESPERADOS: Brindar atención oportuna a las peticiones, quejas, reclamos y sugerencias de los clientes.

1.5 LIMITES

PUNTO INICIAL: Recibir PQRS.

PUNTO FINAL: Hacer Seguimiento a la PQRS.

1.6 FORMATOS O IMPRESOS:

Formato de PQRS

1.7 RIESGOS:

1.8 CONTROLES EJERCIDOS:

- Seguimiento y control de PQRS.
- Supervisión del buzón de sugerencias.

OBSERVACIONES: El Buzón de sugerencias tendrá apertura una a la semana, bajo la supervisión de gerencia.

SOPORTECH EJE
MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA

2. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO								
MANEJO DE PETICIONES, QUEJAS, RECLAMOS Y SUGERENCIAS								
No.	Actividad	Responsable	Área	Tiempo	Frecuencia			
					D	S	M	O
1.	Recibir PQRS, ya sea de forma verbal o por medio del buzón de sugerencias.	Auxiliar comercial	Comercial	1 día	X			
2.	Dar tratamiento a las PQRS.	Gerente	Comercial	1 Semana			X	
3.	Responder PQRS.	Auxiliar comercial Gerente	Comercial	1 día			X	
4.	Realizar seguimiento.	Auxiliar comercial	Comercial	1 mes		X		

SOPORTECH EJE
MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROCEDIMIENTO

1.1 APLICACIÓN DE ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

1.2 RESPONSABLE: GERENTE - AUXILIAR COMERCIAL

1.3 OBJETIVO: Realizar encuestas trimestralmente que permitan medir la satisfacción de los clientes con respecto al producto y/o servicio y sus opiniones de la empresa en general para establecer acciones de mejora e implementar planes de acción.

1.4 RESULTADOS ESPERADOS: Conocer la opinión de la población encuestada y ejecutar planes de acción.

1.5 LIMITES

PUNTO INICIAL: Definir la población objetivo

PUNTO FINAL: Toma de decisiones.

1.6 FORMATOS O IMPRESOS:

Formato de encuesta

1.7 RIESGOS: errores en el diligenciamiento de las encuestas por parte de los clientes encuestados.

1.8 CONTROLES EJERCIDOS:

Seguimiento y control a las encuestas realizadas.

OBSERVACIONES:

2. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

APLICACIÓN DE ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN								
No.	Actividad	Responsable	Área	Tiempo	Frecuencia			
					D	S	M	O
1.	Definir la población objetivo.	Auxiliar comercial	Comercial	1 día				X
2.	Diseñar el formato para la encuesta.	Auxiliar comercial	Comercial	3 días				X
3.	Aplicar encuesta	Auxiliar comercial	Comercial	15 días				X
4.	Tabulación de información	Auxiliar comercial	Comercial	10 días				X
5.	Análisis de los resultados	Auxiliar comercial Gerente	Comercial	1 semana				X
6.	Toma de decisiones.	Gerente	Comercial	1 semana				X

SOPORTECH EJE
MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROCESO

1.1 NOMBRE DEL PROCESO: GESTION FINANCIERA

1.2 AREA TITULAR: GERENCIA-CONTADOR

1.3 OBJETIVOS: Crear planes para la optimización de las decisiones financieras, tales como las de inversión, financiación y dividendos.

1.4 RESULTADOS ESPERADOS:

Ajustar los gastos correspondientes al nivel de operación acorde a un presupuesto establecido.

1.5 LIMITES

PUNTO INICIAL: Planificación del presupuesto operativo

PUNTO FINAL: Planificación del presupuesto de inversión

1.6 FORMATOS O IMPRESOS:

- Bases de datos.
- Cheques, títulos valor, pagarés.
- Facturas
- Documentos legales

1.7 RIESGOS:

- Pérdida de capital por toma errónea de decisiones
- Fraude

1.8 CONTROLES EJERCIDOS:

Seguimiento a los ingresos y egresos de dinero, control del flujo de caja.

OBSERVACIONES: La administración financiera es la responsabilidad de planear, dirigir, organizar y controlar los recursos de capital de una empresa. Los propietarios de pequeños negocios normalmente realizan esta función porque son los responsables de todos los recursos de la compañía.

SOPORTECH EJE	MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA	
---------------	--	--

2. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROCESO.



SOPORTECH EJE MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA

2. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO								
MERCADEREO								
No.	Actividad	Responsable	Área	Tiempo	Frecuencia			
					D	S	M	O
1.	Gestión del presupuesto	Gerente	Financiera	1 mes	X			
2.	Realizar gestión de Inversiones y gastos	Gerente	Financiera	1 año	X			

SOPORTECH EJE
MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROCEDIMIENTO

1.1 GESTION PRESUPUESTARIA

1.2 RESPONSABLE: GERENTE –CONTADOR

1.3 OBJETIVO: Planificar el presupuesto de la empresa que permita cumplir con las metas previstas a corto y largo plazo.

1.4 RESULTADOS ESPERADOS: Controlar y medir los resultados cuantitativos y fijar responsabilidades en las diferentes áreas de la empresa para lograr el cumplimiento de las metas previstas.

1.5 LIMITES

PUNTO INICIAL: Planificación del presupuesto operativo.

PUNTO FINAL: Planificación del presupuesto de inversiones.

1.6 FORMATOS O IMPRESOS:

Formatos de presupuestos

1.7 RIESGOS:

Diferencias significativas entre lo presupuestado y los resultados.

1.8 CONTROLES EJERCIDOS:

Control y seguimiento a los planes

OBSERVACIONES:

SOPORTECH EJE
MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA

2. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO								
GESTION PRESUPUESTARIA								
No.	Actividad	Responsable	Área	Tiempo	Frecuencia			
					D	S	M	O
1.	Planificación del presupuesto operativo: Compras y producción, gastos variables, gastos fijos y gastos de personal directo e indirecto.	Gerente Auxiliar contable	Financiera	2 días		X		
2.	Planificación del presupuesto de inversiones.	Gerente Auxiliar contable	Financiera	1 mes			X	

SOPORTECH EJE
MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL AREA

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROCEDIMIENTO

1.1 CONTABILIDAD

1.2 RESPONSABLE: GERENTE – CONTADOR

1.3 OBJETIVO: Recolectar información útil que permita tomar decisiones, respecto a la situación económico-financiera en un momento dado y a los resultados obtenidos durante un período de tiempo para controlar tanto la gestión en el pasado, como para efectuar estimaciones sobre el futuro.

1.4 RESULTADOS ESPERADOS: Estados de resultados y libros contables con información veraz y oportuna.

1.5 LIMITES

PUNTO INICIAL: Registro Contable de las Operaciones Económicas.

PUNTO FINAL: Ordenar y archivar la información económica existente.

1.6 FORMATOS O IMPRESOS:

- Bases de datos
- Libro mayor/menor
- Facturas
- Libro de soportes
- Cuentas de cobro
- Recibos de caja y consignación
- Comprobantes de pago

1.7 RIESGOS:

Presentación no oportuna de los estados contables.

1.8 CONTROLES EJERCIDOS:

Supervisión, control y seguimiento a los movimientos contables.

OBSERVACIONES:

2. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO								
CONTABILIDAD								
No.	Actividad	Responsable	Área	Tiempo	Frecuencia			
					D	S	M	O
1.	Registro Contable de las Operaciones Económicas.	Auxiliar contable	Financiera	1 día	X			
2.	Elaboración de Estados Contables (Balance General y Estado de Resultados).	Auxiliar contable	Financiera	1 día			X	
3.	Elaboración de informes y documentos solicitados por terceros.	Auxiliar contable	Financiera	1 día				X
4.	Facturación.	Auxiliar contable	Financiera	1 día	X			
5.	Chequeo de las facturas de compra.	Auxiliar contable	Financiera	1 día		X		
6.	Control de materias primas, producto en proceso y producto terminado.	Gerente Auxiliar contable	Financiera	1 día		X		
7.	Ordenar y archivar la información económica existente.	Auxiliar contable	Financiera	1 día		X		

4.4.4 Manuales De Funciones

El manual de funciones ha sido elaborado con el fin de contribuir al desarrollo de la misión, visión y los objetivos de la empresa, a partir de un enfoque sistémico desde el cual se pretende que, con la definición de los perfiles por competencias, Soportech Eje logre la eficiencia en sus procesos.

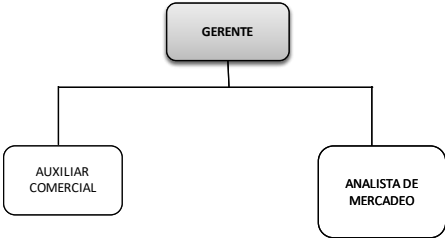
A continuación, se describen los cargos contemplados en el organigrama planteado, en ellos se delimita las funciones correspondientes a cada cargo, puntualiza las competencias y perfiles. Es un instrumento orientador al personal nuevo vinculado e informara a los colaboradores sobre sus labores.

CARGOS:

- Gerentes
- Asesor de ventas

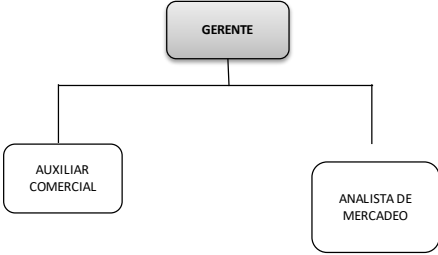
- Analista de Mercadeo
- Servicios Generales
- Contador (Externo)

GERENTE

SOPORTECH EJE			
ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DE CARGOS			
CARACTERÍSTICAS GENERALES			
NOMBRE DEL CARGO:	GERENTE GENERAL	SECCIÓN:	GERENCIA
		DIVISIÓN:	GERENCIA
JEFE INMEDIATO:	INVERSIONISTAS	ÁREA:	GERENCIA
HORARIO: 8 AM - 5:30 PM		SEXO: F-M	EDAD SUGERIDA / 35-50 AÑOS
MISIÓN O FINALIDAD DEL CARGO			
ASEGURAR EL CORRECTO FUNCIONAMIENTO DE LA COMPAÑÍA. COORDINAR LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS, ELABORACION DE NOMINA PARA PAGO DE EMPLEADOS, GESTIONAR LOS PROCESOS RELACIONADOS CON LA ADMINISTRACIÓN DEL PERSONAL. SELECCIÓN, CONTRATACIÓN			
PERSONAL A CARGO			
ASESOR DE VENTAS ANALISTA DE MERCADEO			
EN EVENTOS DE INCAPACIDAD O VACACIONES PUEDE SER REEMPLAZADO POR:			
N/A			
EN EVENTOS DE INCAPACIDAD O VACACIONES PUEDE REEMPLAZAR A:			
ASESOR DE VENTAS - ANALISTA MERCADEO			
UBICACIÓN DEL CARGO EN EL ORGANIGRAMA			
 <pre> graph TD GERENTE[GERENTE] --> AUXILIAR[AUXILIAR COMERCIAL] GERENTE --> ANALISTA[ANALISTA DE MERCADEO] </pre>			
PERFIL DEL CARGO			
EDUCACIÓN			
NIVEL DE ESTUDIO:	PROFESIONAL	PROFESIÓN U OFICIO:	INGENIERO MECÁNICO, INDUSTRIAL, ELÉCTRICO O ÁREAS AFINES
ESTUDIOS ADICIONALES:			
IDIOMAS			
IDIOMA	HABLA	LEE	ESCRIBE
INGLES	B	B	B
ESPAÑOL	MB	MB	MB
R: Regular, B: Bien, MB: Muy Bien			
EXPERIENCIA / ADIESTRAMIENTO			
TIEMPO MINIMO DE EXPERIENCIA:	10 AÑOS.		
EXPERIENCIA REQUERIDA EN:	COMERCIAL		
TIEMPO MINIMO DE ADIESTRAMIENTO:	1 MES.		
COMPLEJIDAD Y HABILIDADES			
COMPLEJIDAD DEL TRABAJO:	EL TRABAJO ES MUY VARIADO Y COMPLEJO.		
HABILIDAD MENTAL E INICIATIVA:	PLANEA EL TRABAJO EN LÍNEAS GENERALES Y EN DETALLE, TOMA DECISIONES ORIENTADAS PARA ALCANZAR LOGROS ORGANIZACIONALES.		
HABILIDAD MANUAL:	HABILIDAD MANUAL LIGERO, NO REALIZA CARGAS.		
RESPONSABILIDADES INHERENTES AL CARGO			
DATOS CONFIDENCIALES:	LA INFORMACIÓN ES EXTREMADAMENTE CONFIDENCIAL Y SU REVELACIÓN CAUSARÍA PERJUICIOS GRAVÍSIMOS.		
CONTACTOS:	CONTACTOS FRECUENTES CON CLIENTES EXTERNOS – PROVEEDORES, CON EL PERSONAL DE DIFERENTES DEPENDENCIAS Y CON ENTIDADES EXTERNAS. LOS TEMAS TRATADOS SON DE MUCHA IMPORTANCIA Y SE REQUIERE HABILIDAD Y CONOCIMIENTO DE LAS POLÍTICAS Y ACTIVIDADES DE LA ENTIDAD PARA LA PRESENTACIÓN U OBTENCIÓN DE LA INFORMACIÓN.		
MAQUINARIA, EQUIPO Y VALORES:	OTROS (CUÁLES).		
	DATOS, EQUIPO DE OFICINA.		

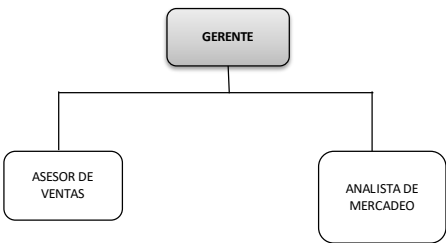
RIESGOS DEL CARGO			
RIESGO ACCIDENTE LABORAL:	BAJO	GRAVEDAD LESIÓN A SUFRIR:	BAJO
COMPETENCIAS			
TOMA DE DECISIONES.	TRABAJO EN EQUIPO.	CONTROL Y SEGUIMIENTO.	
Nivel de Relevancia: 5	Nivel de Relevancia: 5	Nivel de Relevancia: 5	
CONOCIMIENTO DEL NEGOCIO.	PENSAMIENTO ESTRATÉGICO.	COMPETENCIA TÉCNICA.	
Nivel de Relevancia: 5	Nivel de Relevancia: 5	Nivel de Relevancia: 5	
Entiendase por nivel de relevancia el grado de afectación o requerimiento de la competencia para el cargo.			
1: Menor Relevancia hasta 5: Muy Relevante.			
RESPONSABILIDAD Y FUNCIONES			
RESPONSABILIDAD 1			
GESTIONAR Y ADMINISTRAR LOS RECURSOS NECESARIOS PARA LA CORRECTA Y CONTÍNUA OPERACIÓN DE LA COMPAÑÍA			
ACTIVIDADES:			
MANTENER DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN PERSONAL IDÓNEA Y NECESARIA PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LA COMPAÑÍA. MANTENER LOS INVENTARIOS DE ACUERDO A LA NECESIDAD DE DESPACHO. GESTIONAR EL PRESUPUESTO PARA EL CORRECTO FUNCIONAMIENTO DE LA COMPAÑÍA. ADMINISTRAR LOS GASTOS DE ACUERDO AL PRESUPUESTO.			
RESPONSABILIDAD 2			
EJECUTAR EL DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO DE LA COMPAÑÍA.			
ACTIVIDADES:			
ADMINISTRAR LAS DECISIONES DE LOS PROPIETARIOS TRANSFORMÁNDOLAS EN PRODUCTOS PARA SU COMERCIALIZACIÓN. CONVERTIR Y MANTENER LA EMPRESA EN UN LUGAR AGRADEABLE PARA TRABAJAR.			
RESPONSABILIDAD 3			
CONTROLAR Y HACER SEGUIMIENTO DE LOS RESULTADOS DE LA PLANTA.			
ACTIVIDADES:			
LIDERAR REUNIONES EFECTIVAS CON COLABORADORES PARA REVISAR Y RETROALIMENTAR LOS RESULTADOS. REALIZAR SEGUIMIENTO AL CUMPLIMIENTO DE LAS METAS Y OBJETIVOS TRAZADOS PARA LA BÚSQUEDA DE LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA. BUSCAR PERMANENTEMENTE OPORTUNIDADES PARA MEJORAR LOS RESULTADOS EN LA CADENA DE SUMINISTROS.			
RESPONSABILIDAD 4			
LIDERAR Y MOTIVAR TODO EL PERSONAL			
ACTIVIDADES:			
DIRECCIONAR ACTIVIDADES TENDIENTES A MANTENER EL COMPROMISO Y ENTUSIASMO EN LAS PERSONAS PARA LA BÚSQUEDA DE RESULTADOS.			
RESPONSABILIDADES CONFORME CON LA NORMATIVA VIGENTE DEL DECRETO 1072 EN EL ARTÍCULO 2.2.4.6.10			
PROCURAR EL CUIDADO INTEGRAL DE SU SALUD SUMINISTRAR INFORMACIÓN CLARA, VERAZ Y COMPLETA SOBRE SU ESTADO DE SALUD CUMPLIR LAS NORMAS, REGLAMENTOS E INSTRUCCIONES DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE LA SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO DE LA EMPRESA INFORMAR OPORTUNAMENTE AL EMPLEADOR O CONTRATANTE ACERCA DE LOS PELIGROS Y RIESGOS LATENTES EN SU SITIO DE TRABAJO PARTICIPAR EN LAS ACTIVIDADES DE CAPACITACIÓN EN SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO DEFINIDO EN EL PLAN DE CAPACITACIÓN APROBAR PRESUPUESTO REVISAR EL CUMPLIMIENTO DEL PLAN DE TRABAJO ANUAL Y SU CRONOGRAMA ANALIZAR LA NECESIDAD DE REALIZAR CAMBIOS EN EL SISTEMA DE GESTIÓN DE LA SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO, INCLUIDA LA REVISIÓN DE LA POLÍTICA Y SUS OBJETIVOS GENERAR RECURSOS NECESARIOS PARA SST			
OTRAS RESPONSABILIDADES O ACTIVIDADES			
REALIZAR LAS ACTIVIDADES QUE LOS INVERSIONISTAS LE ASIGNEN RESPONDER POR LOS ELEMENTOS ASIGNADOS A SU CARGO. MANTENER EL PUESTO DE TRABAJO LIMPIO Y ORGANIZADO CON EL FIN DE GENERAR UN AMBIENTE DE TRABAJO AGRADEABLE. CUMPLIR CON LAS POLÍTICAS ESTABLECIDAS.			

AUXILIAR COMERCIAL

SOPORTECH EJE			
ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DE CARGOS			
CARACTERÍSTICAS GENERALES			
NOMBRE DEL CARGO:	AUXILIAR COMERCIAL	SECCIÓN:	COMERCIAL
		DIVISIÓN:	COMERCIAL
JEFE INMEDIATO:	GERENTE GENERAL	ÁREA:	COMERCIAL
HORARIO: 8 AM - 5:30 PM		SEXO: F-M	EDAD SUGERIDA / 20-50 AÑOS
MISIÓN O FINALIDAD DEL CARGO			
CONOCER ACERTADAMENTE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA ORGANIZACIÓN. ASESORAR DE MANERA REAL Y OBJETIVA A LOS CLIENTES Y SUS NECESIDADES.			
PERSONAL A CARGO			
NO PRESENTA PERSONAL A CARGO			
EN EVENTOS DE INCAPACIDAD O VACACIONES PUEDE SER REEMPLAZADO POR:			
GERENTE GENERAL			
EN EVENTOS DE INCAPACIDAD O VACACIONES PUEDE REEMPLAZAR A:			
N/A			
UBICACIÓN DEL CARGO EN EL ORGANIGRAMA			
 <pre> graph TD GERENTE[GERENTE] --> AUXILIAR[AUXILIAR COMERCIAL] GERENTE --> ANALISTA[ANALISTA DE MERCADEO] </pre>			
PERFIL DEL CARGO			
EDUCACIÓN			
NIVEL DE ESTUDIO:	PROFESIONAL	PROFESIÓN U OFICIO:	TECNOLOGO, TECNICO EN AREAS AFINES
ESTUDIOS ADICIONALES:			
IDIOMAS			
IDIOMA	HABLA	LEE	ESCRIBE
INGLES	R	R	R
ESPAÑOL	MB	MB	MB
R: Regular, B: Bien, MB: Muy Bien			
EXPERIENCIA / ADIESTRAMIENTO			
TIEMPO MINIMO DE EXPERIENCIA:	2 AÑOS		
EXPERIENCIA REQUERIDA EN:	COMERCIAL		
TIEMPO MINIMO DE ADIESTRAMIENTO:	1 MES.		
COMPLEJIDAD Y HABILIDADES			
COMPLEJIDAD DEL TRABAJO:	EL TRABAJO ES MUY VARIADO Y COMPLEJO.		
HABILIDAD MENTAL E INICIATIVA:	ATENCION AL CLIENTE Y CARGA		
HABILIDAD MANUAL:	REQUIERE REALIZAR CARGAS DE CAJAS		

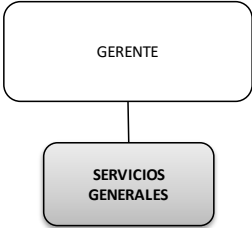
RESPONSABILIDADES INHERENTES AL CARGO					
DATOS CONFIDENCIALES:		MANEJA INFORMACION DE COSTOS			
CONTACTOS:		CONTACTOS FRECUENTES CON CLIENTES EXTERNOS – PROVEEDORES, CON EL PERSONAL DE DIFERENTES DEPENDENCIAS			
MAQUINARIA, EQUIPO Y VALORES:		OTROS (CUÁLES): DATOS, EQUIPO DE OFICINA.			
ESFUERZO MENTAL / VISUAL / FÍSICO					
ESFUERZO MENTAL:		LAS LABORES DEL CARGO EXIGEN ALTA CONCENTRACIÓN MENTAL.			
ESFUERZO VISUAL:		LAS LABORES DEL CARGO DEMANDAN ALTA ATENCIÓN VISUAL.			
ESFUERZO FÍSICO:		SE REQUIERE UN ESFUERZO MEDIANO, LEVANTAR Y TRANSPORTAR CAJAS DE 5 A 30 KG.			
CONDICIONES AMBIENTALES					
ILUMINACIÓN:	N	CALOR:	N	VENTILACIÓN:	N
FRIO:	N	HUMEDAD:	N	OLORES:	N
RUIDO:	N	POLVO:	N	SUCIEDAD:	N
N: Normal, R: Regular, M: Mala					
RIESGOS DEL CARGO					
RIESGO ACCIDENTE LABORAL:		MEDIO	GRAVEDAD LESIÓN A SUFRIR:		MEDIO
COMPETENCIAS					
TOMA DE DECISIONES.		TRABAJO EN EQUIPO.		CONTROL Y SEGUIMIENTO.	
Nivel de Relevancia: 3		Nivel de Relevancia: 4		Nivel de Relevancia: 5	
CONOCIMIENTO DEL NEGOCIO.		PENSAMIENTO ESTRATÉGICO.		COMPETENCIA TÉCNICA.	
Nivel de Relevancia: 5		Nivel de Relevancia: 4		Nivel de Relevancia: 5	
Entiendase por nivel de relevancia el grado de afectación o requerimiento de la competencia para el cargo. 1: Menor Relevancia hasta 5: Muy Relevante.					
RESPONSABILIDAD Y FUNCIONES					
RESPONSABILIDAD 1					
PROPORCIONAR INFORMACIÓN SUFICIENTE Y COMPLETA A SUS POTENCIALES COMPRADORES O CLIENTES PARA QUE SE PRODUZCA UNA VENTA.					
ACTIVIDADES:					
CONOCER LOS SOPORTES Y SUS DIFERENTES FUNCIONES BRINDAR ATENCION AL CLIENTE OPORTUNA Y EDUCADA					
RESPONSABILIDAD 2					
FACTURAR LOS PRODUCTOS VENDIDOS					
ACTIVIDADES:					
RECAUDAR EL DINERO DE LAS VENTAS Y ENTREGAR FACTURA AL CLIENTE PARA PROPORCIONAR UNA POSIBLE GARANTÍA.					
RESPONSABILIDAD 3					
RECEPCIONAR LA MERCANCIA DE LOS PROVEEDORES					
ACTIVIDADES:					
RECIBIR, VERIFICAR ESTADO E INGRESAR AL INVENTARIO LOS SOPORTES Y VARIOS ENVIADOS POR LOS PROVEEDORES.					
RESPONSABILIDADES CONFORME CON LA NORMATIVA VIGENTE DEL DECRETO 1072 EN EL ARTÍCULO 2.2.4.6.10					
PROCURAR EL CUIDADO INTEGRAL DE SU SALUD SUMINISTRAR INFORMACIÓN CLARA, VERAZ Y COMPLETA SOBRE SU ESTADO DE SALUD CUMPLIR LAS NORMAS, REGLAMENTOS E INSTRUCCIONES DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE LA SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO DE LA EMPRESA INFORMAR OPORTUNAMENTE AL EMPLEADOR O CONTRATANTE ACERCA DE LOS PELIGROS Y RIESGOS LATENTES EN SU SITIO DE TRABAJO PARTICIPAR EN LAS ACTIVIDADES DE CAPACITACIÓN EN SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO DEFINIDO EN EL PLAN DE CAPACITACIÓN REVISAR EL CUMPLIMIENTO DEL PLAN DE TRABAJO ANUAL Y SU CRONOGRAMA					
OTRAS RESPONSABILIDADES O ACTIVIDADES					
REALIZAR LAS ACTIVIDADES QUE EL GERENTE LE ASIGNE. RESPONDER POR LOS ELEMENTOS ASIGNADOS A SU CARGO. MANTENER EL PUESTO DE TRABAJO LIMPIO Y ORGANIZADO CON EL FIN DE GENERAR UN AMBIENTE DE TRABAJO AGRADEABLE. CUMPLIR CON LAS POLÍTICAS ESTABLECIDAS.					

ANALISTA DE MARKETING

SOPORTECH EJE			
ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DE CARGOS			
CARACTERÍSTICAS GENERALES			
NOMBRE DEL CARGO:	ANALISTA DE MERCADEO	SECCIÓN:	MERCADEO
		DIVISIÓN:	MERCADEO
JEFE INMEDIATO:	GERENTE GENERAL	ÁREA:	MERCADEO
HORARIO: 8 AM - 5:30 PM		SEXO: F-M	EDAD SUGERIDA / 20-50 AÑOS
MISIÓN O FINALIDAD DEL CARGO			
CUIDAR Y DESARROLLAR EL ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS Y DE LOS RESULTADOS DE MARKETING DENTRO DE LA EMPRESA			
PERSONAL A CARGO			
NO PRESENTA PERSONAL A CARGO			
EN EVENTOS DE INCAPACIDAD O VACACIONES PUEDE SER REEMPLAZADO POR:			
GERENTE GENERAL			
EN EVENTOS DE INCAPACIDAD O VACACIONES PUEDE REEMPLAZAR A:			
N/A			
UBICACIÓN DEL CARGO EN EL ORGANIGRAMA			
 <pre> graph TD GERENTE[GERENTE] --> ASESOR[ASESOR DE VENTAS] GERENTE --> ANALISTA[ANALISTA DE MERCADEO] </pre>			
PERFIL DEL CARGO			
EDUCACIÓN			
NIVEL DE ESTUDIO:	PROFESIONAL	PROFESIÓN U OFICIO:	TECNOLOGO, TECNICO EN MERCADEO
ESTUDIOS ADICIONALES:			
IDIOMAS			
IDIOMA	HABLA	LEE	ESCRIBE
INGLES	B	B	B
ESPAÑOL	MB	MB	MB
R: Regular, B: Bien, MB: Muy Bien			
EXPERIENCIA / ADIESTRAMIENTO			
TIEMPO MINIMO DE EXPERIENCIA:	2 AÑOS		
EXPERIENCIA REQUERIDA EN:	MERCADEO		
TIEMPO MINIMO DE ADIESTRAMIENTO:	1 MES.		
COMPLEJIDAD Y HABILIDADES			
COMPLEJIDAD DEL TRABAJO:	EL TRABAJO ES MUY VARIADO Y COMPLEJO.		
HABILIDAD MENTAL E INICIATIVA:	INNOVAR Y DESARROLLAR LLAMATIVAS PROPUESTAS DE VENTA.		
HABILIDAD MANUAL:	SE REQUIERE APOYO EN EL AREA LOGISTICA ESPORADICAMENTE		
RESPONSABILIDADES INHERENTES AL CARGO			
DATOS CONFIDENCIALES:	NO MANEJA INFORMACION RELEVANTE DE ALTA CONFIDENCIALIDAD		
CONTACTOS:	CONTACTOS FRECUENTES CON CLIENTES EXTERNOS – PROVEEDORES, CON EL PERSONAL DE DIFERENTES DEPENDENCIAS		
MAQUINARIA, EQUIPO Y VALORES:	OTROS (CUÁLES).		
	DATOS, EQUIPO DE OFICINA.		

ESFUERZO MENTAL / VISUAL / FÍSICO					
ESFUERZO MENTAL:	LAS LABORES DEL CARGO EXIGEN ALTA CONCENTRACIÓN MENTAL.				
ESFUERZO VISUAL:	LAS LABORES DEL CARGO DEMANDAN ALTA ATENCIÓN VISUAL.				
ESFUERZO FÍSICO:	SE REQUIERE UN ESFUERZO LIGERO.				
CONDICIONES AMBIENTALES					
ILUMINACIÓN:	N	CALOR:	N	VENTILACIÓN:	N
FRIJO:	N	HUMEDAD:	N	OLORES:	N
RUÍDO:	N	POLVO:	N	SUCIEDAD:	N
N: Normal, R: Regular, M: Mala					
RIESGOS DEL CARGO					
RIESGO ACCIDENTE LABORAL:	BAJO		GRAVEDAD LESIÓN A SUFRIR:	BAJO	
COMPETENCIAS					
TOMA DE DECISIONES.		TRABAJO EN EQUIPO.		CONTROL Y SEGUIMIENTO.	
Nivel de Relevancia: 5		Nivel de Relevancia: 4		Nivel de Relevancia: 4	
CONOCIMIENTO DEL NEGOCIO.		PENSAMIENTO ESTRATÉGICO.		COMPETENCIA TÉCNICA.	
Nivel de Relevancia: 5		Nivel de Relevancia: 5		Nivel de Relevancia: 3	
Entiendase por nivel de relevancia el grado de afectación o requerimiento de la competencia para el cargo.					
1: Menor Relevancia hasta 5: Muy Relevante.					
RESPONSABILIDAD Y FUNCIONES					
RESPONSABILIDAD 1					
INVESTIGAR LAS CONDICIONES DEL MERCADO A NIVEL LOCAL Y REGIONAL PARA DETERMINAR EL POTENCIAL DE VENTAS DEL PRODUCTO.					
ACTIVIDADES:					
REALIZAR ESTUDIOS DE MERCADO DE SOPORTES Y TELEVISORES PARA GENERAR ESTRATEGIAS DE VENTA. RECOPILAR INFORMACION DE LA COMPETENCIA. REALIZAR SEGUIMIENTO A CLIENTES HACER PROPUESTAS DE MARKETING Y EJECUTARLAS.					
RESPONSABILIDAD 2					
DESARROLLAR PLANES DE VENTA PARA PRODUCTOS NUEVOS					
ACTIVIDADES:					
PRONOSTICAR VENTAS DE UN PRODUCTO NUEVO DADAS LAS CONDICIONES DEL MERCADO. PROPONER Y GESTIONAR LA COMPRA DE NUEVOS PRODUCTOS BASADAS EN ESTUDIOS MERCADO.					
RESPONSABILIDAD 3					
MANEJAR Y COORDINAR LAS REDES SOCIALES PARA PUBLICITAR LA EMPRESA					
ACTIVIDADES:					
CREAR CUENTA COMERCIAL EN FACEBOOK E INSTAGRAM DISEÑAR IMÁGENES Y VIDEOS PROMOCIONALES DE LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA. LLEGAR AL CLIENTE POR LAS REDES.					
RESPONSABILIDADES CONFORME CON LA NORMATIVA VIGENTE DEL DECRETO 1072 EN EL ARTÍCULO 2.2.4.6.10					
PROCURAR EL CUIDADO INTEGRAL DE SU SALUD SUMINISTRAR INFORMACIÓN CLARA, VERAZ Y COMPLETA SOBRE SU ESTADO DE SALUD CUMPLIR LAS NORMAS, REGLAMENTOS E INSTRUCCIONES DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE LA SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO DE LA EMPRESA INFORMAR OPORTUNAMENTE AL EMPLEADOR O CONTRATANTE ACERCA DE LOS PELIGROS Y RIESGOS LATENTES EN SU SITIO DE TRABAJO PARTICIPAR EN LAS ACTIVIDADES DE CAPACITACIÓN EN SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO DEFINIDO EN EL PLAN DE CAPACITACIÓN REVISAR EL CUMPLIMIENTO DEL PLAN DE TRABAJO ANUAL Y SU CRONOGRAMA					
OTRAS RESPONSABILIDADES O ACTIVIDADES					
REALIZAR LAS ACTIVIDADES QUE EL GERENTE LE ASIGNE. APOYAR EL AREA DE VENTAS Y LOGISTICA CUANDO SEA NECESARIO. RESPONDER POR LOS ELEMENTOS ASIGNADOS A SU CARGO. MANTENER EL PUESTO DE TRABAJO LIMPIO Y ORGANIZADO CON EL FIN DE GENERAR UN AMBIENTE DE TRABAJO AGRADABLE. CUMPLIR CON LAS POLÍTICAS ESTABLECIDAS.					

SERVICIOS GENERALES

SOPORTECH EJE			
ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DE CARGOS			
CARACTERÍSTICAS GENERALES			
NOMBRE DEL CARGO:	SERVICIOS GENERALES	SECCIÓN:	GESTION ADMINISTRATIVA
		DIVISIÓN:	GESTION ADMINISTRATIVA
JEFE INMEDIATO:	GERENTE	ÁREA:	GESTION ADMINISTRATIVA
HORARIO: 8:00 AM - 5:30 PM		SEXO: M-F	18-50 AÑOS
MISIÓN O FINALIDAD DEL CARGO			
REALIZAR LABORES DE ASEO Y LIMPIEZA PARA BRINDAR COMODIDAD A LOS FUNCIONARIOS DEL ÁREA DE TRABAJO EN LA CUÁL ESTA PRESTANDO SUS SERVICIOS.			
PERSONAL A CARGO			
NO PRESENTA PERSONAL A CARGO.			
EN EVENTOS DE INCAPACIDAD O VACACIONES PUEDE SER REEMPLAZADO POR:			
PERSONAL DE SERVICIOS TEMPORALES			
UBICACION DEL CARGO EN EL ORGANIGRAMA			
 <pre> graph TD A[GERENTE] --- B[SERVICIOS GENERALES] </pre>			
PERFIL DEL CARGO			
EDUCACIÓN			
NIVEL DE ESTUDIO:	BACHILLER	PROFESION U OFICIO:	BACHILLER
ESTUDIOS ADICIONALES:			
IDIOMAS			
IDIOMA	HABLA	LEE	ESCRIBE
ESPAÑOL	B	B	B
R: Regular, B: Bien, MB: Muy Bien			
EXPERIENCIA / ADIESTRAMIENTO			
TIEMPO MINIMO DE EXPERIENCIA:	6 MESES.		
EXPERIENCIA REQUERIDA EN:	SERVICIOS GENERALES, ASEO.		
TIEMPO MINIMO DE ADIESTRAMIENTO:	15 DIAS.		
COMPLEJIDAD Y HABILIDADES			
COMPLEJIDAD DEL TRABAJO:	LAS LABORES SON VARIADAS Y SENCILLAS.		
HABILIDAD MENTAL E INICIATIVA:	SIGUE INSTRUCCIONES DEFINIDAS Y EXÁCTAS.		
HABILIDAD MANUAL:	MÍNIMA DESTREZA MANUAL, TRABAJO SENCILLO.		
RESPONSABILIDADES INHERENTES AL CARGO			
DATOS CONFIDENCIALES:	NO SE TIENE ACCESO A INFORMACIÓN CONFIDENCIAL.		
CONTACTOS:	CONTACTOS POCO FRECUENTES CON CLIENTES EXTERNOS – PROVEEDORES, COMPAÑEROS DE DEPENDENCIA. LA INFORMACIÓN QUE MANEJA ES DE RUTINA Y DE POCA IMPORTANCIA.		
MAQUINARIA, EQUIPO Y VALORES:	MAQUINARIA.		

ESFUERZO MENTAL / VISUAL / FÍSICO					
ESFUERZO MENTAL:	LAS LABORES DEL CARGO EXIGEN POCA CONCENTRACIÓN MENTAL.				
ESFUERZO VISUAL:	LAS LABORES DEL CARGO DEMANDAN MEDIANA ATENCIÓN VISUAL.				
ESFUERZO FÍSICO:	SE REQUIERE UN ESFUERZO LIGERO, SE MANEJAN OBJETOS DE 0 A 10 KG. DE PESO. ADOPTA POSICIONES INCOMODAS ESPORÁDICAMENTE.				
CONDICIONES AMBIENTALES					
ILUMINACIÓN:	N	CALOR:	R	VENTILACIÓN:	R
FRÍO:	N	HUMEDAD:	N	OLORES:	N
RUIDO:	R	POLVO:	N	SUCIEDAD:	N
N: Normal, R: Regular, M: Mala					
RIESGOS DEL CARGO					
RIESGO ACCIDENTE LABORAL:	BAJO		GRAVEDAD LESIÓN A SUFRIR:	BAJO	
COMPETENCIAS					
TRABAJO EN EQUIPO.		SEGUIMIENTO DE NORMAS Y PROCEDIMIENTOS.		ORGANIZACIÓN.	
Nivel de Relevancia: 5		Nivel de Relevancia: 5		Nivel de Relevancia: 5	
Entiendase por nivel de relevancia el grado de afectación o requerimiento de la competencia para el cargo.					
1: Menor Relevancia hasta 5: Muy Relevante.					
RESPONSABILIDAD Y FUNCIONES					
RESPONSABILIDAD 1					
VELAR POR EL ASEO Y BUENA PRESENTACIÓN DE LAS ÁREAS Y ZONAS QUE LE SEAN ASIGNADAS 2 VECES AL DÍA.					
ACTIVIDADES:					
REALIZAR ASEO A LAS OFICINAS. REALIZAR ASEO A LOS PASILLOS. LIMPIAR LOS MUEBLES Y EQUIPO DE OFICINA.					
RESPONSABILIDAD 2					
MANTENER LOS BAÑOS LIMPIOS Y CON LA DOTACIÓN NECESARIA.					
ACTIVIDADES:					
REALIZAR LIMPIEZA DE LOS BAÑOS. REEMPLAZAR TOALLAS, PAPEL HIGIÉNICO Y JABÓN CUANDO SE TERMINEN. LLEVAR REGISTRO DEL INVENTARIO DE IMPLEMENTOS DE ASEO. SOLICITAR CON ANTELACIÓN EL PEDIDO DE IMPLEMENTOS DE ASEO.					
RESPONSABILIDAD 3					
SACAR LOS DESPERDICIOS DE LA COMPAÑÍA.					
ACTIVIDADES:					
CLASIFICAR LOS DESPERDICIOS Y DEPOSITARLOS EN EL LUGAR DESIGNADO.					
RESPONSABILIDADES CONFORME CON LA NORMATIVA VIGENTE DEL DECRETO 1072 EN EL ARTÍCULO 2.2.4.6.10					
PROCURAR EL CUIDADO INTEGRAL DE SU SALUD SUMINISTRAR INFORMACIÓN CLARA, VERAZ Y COMPLETA SOBRE SU ESTADO DE SALUD CUMPLIR LAS NORMAS, REGLAMENTOS E INSTRUCCIONES DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE LA SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO DE LA EMPRESA INFORMAR OPORTUNAMENTE AL EMPLEADOR O CONTRATANTE ACERCA DE LOS PELIGROS Y RIESGOS LATENTES EN SU SITIO DE TRABAJO PARTICIPAR EN LAS ACTIVIDADES DE CAPACITACIÓN EN SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO DEFINIDO EN EL PLAN DE CAPACITACIÓN DEL SG-SST PARTICIPAR Y CONTRIBUIR AL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE LA SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO SG-SST					
OTRAS RESPONSABILIDADES O ACTIVIDADES					
GUARDAR LA CONFIDENCIA EN LO RELACIONADO A CONVERSACIONES, TRABAJOS Y DEMÁS INFORMACIÓN QUE PUEDA CONOCER EN UN MOMENTO DETERMINADO. COLABORAR EN LABORES TALES COMO SACAR FOTOCOPIAS, COLOCAR SELLO, PAPELERÍA Y DEMÁS LABORES DE ÍNDOLE RELACIONADA CUANDO DISPONGA DE TIEMPO PARA ELLO. DILIGENCIAR FORMATOS DE ASEO. DILIGENCIAR LA FICHA TÉCNICA Y FORMATO DE RESIDUOS. LLEVAR Y RECIBIR CORRESPONDENCIA A PAPELES NACIONALES. PREPARAR Y SUMINISTRAR TINTO A LOS ADMINISTRATIVOS. SEGUIR ESTRICTAMENTE LAS NORMAS DE SEGURIDAD DE LA EMPRESA. RESPONDER POR LOS ELEMENTOS ASIGNADOS A SU CARGO. CUMPLIR CON DEMÁS FUNCIONES QUE LE INDIQUE EL JEFE INMEDIATO Y QUE SON INHERENTES AL CARGO. MANTENER EL PUESTO DE TRABAJO LIMPIO Y ORGANIZADO CON EL FIN DE GENERAR UN AMBIENTE DE TRABAJO AGRADECIBLE. CUMPLIR CON LAS POLÍTICAS ESTABLECIDAS.					

5 Conclusiones

1. Se realizó un diagnóstico que permitió identificar la situación actual de la empresa Soportech Eje.
2. A partir del diagnóstico situacional, operacional y de procesos se formularon, para la empresa Soportech eje, las políticas, filosofía, valores organizacionales, Misión y Visión correspondiente a la prospectiva de esta institución.
3. Se identificaron los procesos presentes en la organización y la secuencia e interacción de los procedimientos de la empresa Soportech Eje, para potenciar el funcionamiento de la misma.
4. Se identificaron las funciones de los empleados y se documentaron los manuales de cada cargo, logrando así establecer las funciones, responsabilidades y competencias que debe cumplir cada persona en su respectivo puesto de trabajo para dinamizar el desarrollo y avance de la empresa Soportech eje.
5. Se diseñaron los manuales de procesos y procedimientos consecuentes con la misión propuesta y encaminados al cumplimiento de la visión de Soportech Eje.
6. Se diseñó una propuesta de estructura por procesos que dinamizara el funcionamiento de la empresa Soportech Eje.

6 Recomendaciones

1. Desarrollar un proceso de reconocimiento en el mercado de **SOPORTECH EJE** a través de diferentes campañas de publicidad. Se hace indispensable el uso de los medios de difusión y el internet.
2. Posicionar y consolidar la empresa teniendo presente toda la restructuración que se propone. A partir de esta solidez empresarial implementar la expansión que se visiona por parte de la gerencia.
3. Para abrir nuevos mercados en el eje cafetero se podría tener en cuenta una plataforma virtual de ventas y servicios como alternativa para abrir puntos de ventas en otras ciudades.
4. Frente a la línea fuerte de importación que son los soportes (SOPOTECH EJE) se podrían tener en cuenta otras líneas que puedan hacer sostenible la expansión y la sostenibilidad en el mercado.
5. Institucionalizar los procesos en la empresa por parte de todos los integrantes de la misma, es decir, que permita el conocimiento e interiorización de los procesos, procedimientos y funciones presentados en este trabajo

7 ANEXOS

1. ¿En qué negocio se encuentra la empresa en este momento? (razón social exacta)

Razón social: Soportech eje, comercializan soportes de televisores, cabinas de sonido, micrófonos y aparatos electrónicos

2. ¿Cómo selecciona los proveedores?

Los proveedores se seleccionan según calidad del producto, precios, stock suficiente y si dan crédito

3. ¿qué planes tiene para un futuro inmediato?

Planes para futuro inmediato: manejar más variedad de productos y ofrecer el mejor servicio al cliente

4. ¿Cuáles son las proyecciones de su empresa para los próximos cinco años?

Bueno ya la proyección a 5 años, pues queremos ser líderes en el mercado que Soportech que sea una marca reconocida apoyándonos mucho en las redes sociales, en el trabajo de marketing, que nos diferenciamos por tener productos de calidad, por ofrecer buenos precios como nuestro slogan dice: “máxima calidad a precio justo”, pero también que siempre nos recuerden por brindar el mejor servicio, por brindar la mejor atención al cliente que cada cliente que se atiende signifique que sean 10 clientes más que lleguen a nuestro local por el vos a vos, por las buenas referencias que puedan dar de nosotros, ante todo pues, cómo cuidar esa imagen en el comercio de que prestamos pues un excelente servicio eso sería como la proyección poder tener, ojalá, puntos de venta en otras ciudades como en el eje Cafetero que haya soportech en Manizales, en Armenia, entonces eso sería como expandirnos a un futuro para que soportech empiece a ser una marca presente también en otras ciudades

5. ¿En que se basan esos planes?

Esos planes se basan en estar constantemente en búsqueda de nuevos proveedores. Viajamos a Bogotá Medellín a Cali, que son las ciudades principales en donde se puede conseguir ese tipo de proveedores. Sabemos que ya hay gente que está viajando a China, entonces la idea es quitar todo intermediario y poder contactar directamente con ellos, de hecho pues ya manejamos algunos proveedores así podemos minimizar los costos y ofrecer un precio justo a un precio más bajo en el mercado. También poder estar al día con todo lo nuevo que salga en tecnología, ojalá, que como los pioneros en tener las primeras cosas que van saliendo, pues, en el mercado y también estar en esa constante búsqueda para no tener como lo mismo que tienen todos los almacenes sino también tener productos como únicos, por ejemplo, nosotros manejamos una marca de cabina que no la maneja nadie en Pereira entonces eso nos da cierta fuerza en el sector de las cabinas, porque si yo tengo una cabina y todo el mundo la tiene pues todos los locales van a ofrecer el mismo precio o el cliente se va a ir a comprar en donde le ofrezcan una por \$10.000 menos, mientras que nosotros somos los únicos que tenemos esa marca de cabina, pues, no la va a poder conseguir en el mercado fácilmente y así no va haber como una guerra de precios como tanta marca

6. ¿Qué estrategias utiliza para conocer a la competencia?

Se ha utilizado la observación directa, los comentarios de algunos empleados y las líneas de productos que ofrece el mercado.

7. ¿Cómo califica a la competencia?

La vemos bien porque es lo que no nos deja quedarnos en lo mismo, hemos querido brindar algo que la competencia no ofrece y sería el servicio. No entramos a competir por precios sino por asesoría. No nos asusta la competencia

8. ¿Cuáles son los planes que tiene para el crecimiento y expansión de su empresa?

Pues los planes son tener locales en el eje Cafetero, que haya soportech en Manizales, en Armenia, en varias partes. Manejar productos exclusivos, que seamos los pioneros en cuanto a productos de cabinas, soportes, micrófonos y así.

9. ¿Qué está haciendo para alcanzarlos?

Se está buscando en otros países como China, proveedores directos y no intermediarios, que sean menos los costos y mayor innovación.

10. ¿Cuáles considera que son las ventajas más importantes de su empresa?

Las ventajas más importantes de la empresa, yo pienso que es la capacitación que hacemos, las reuniones constantes, la comunicación con nuestros colaboradores, les hemos inculcado mucho el que siempre puedan escuchar más al cliente que hablarles, que venderles por venderles, que presten la asesoría adecuada que siempre indaguen qué es lo que el cliente busca porque muchas veces se le ha vendido cosas que el cliente no necesita o cómo en un San Andresito, que venden por vender, no queremos eso, pienso que los colaboradores o los empleados de nosotros están enfocados en cumplir este tipo de metas pero pues siempre como priorizando la satisfacción del cliente y eso pues nos ha llevado a ver o a obtener como resultados de que el cliente vuelva de que que el cliente nos recomienda que el cliente nos busca de que gente se queda con nuestro teléfono y nos llama, mira necesito esto, necesito aquello, entonces pienso que es la mejor estrategia para poder alcanzar nuestras metas y es poder siempre tener al cliente en el primer lugar, poderlo entender poderle el conocer cuál es la necesidad que él busca

11. ¿Se preocupa por estar en un constante mejoramiento de sus productos?

En la pregunta 11 si pienso que si nos preocupamos por tener un mejoramiento de productos y por ejemplo del año pasado hubo productos que vimos que empezaron a llegar como por 3 garantías, la verdad este año no los quisimos seguir manejando por lo mismo, ya se están manejando otras marcas que nos brindan una garantía más amplia del margen de garantías de fallas técnicas, ya es muy mínimo, entonces, por ese lado pienso que sí estamos buscando mejorar la calidad del producto y ofrecer el mejor servicio

12. ¿Cuáles son los principales obstáculos que ha enfrentado la empresa hasta el momento?

En momentos de fluctuación negativa del mercado se presentan dificultades económicas para el cumplimiento de pagos con los proveedores. Tener reservas para el cumplimiento del pago de nómina en los tiempos de poca demanda y mercadeo de productos.

13. ¿Que se está haciendo para superarlos?

Se está intentando acabar con los intermediarios, podernos contactar directamente con los proveedores, para minimizar los costos y ofrecer un precio justo a un precio más bajo en el mercado. También poder estar al día con todo lo nuevo que salga en tecnología, ojalá, ser los pioneros en tener las primeras cosas que van saliendo en el mercado

15. ¿Cómo es la comunicación dentro de la empresa? 16. ¿Está abierto al dialogo con todos sus colaboradores? 17. ¿Realiza reconocimientos al personal? 18. ¿Realiza eventos para mejorar el bienestar de los empleados y sus familias?

En cuanto la comunicación dentro de la empresa, el diálogo con los colaboradores y reconocimientos al personal, pues hacemos una reunión mensual, entramos a evaluar como subir las ventas, que inconvenientes hubo, que se hizo para atacar eso, sí se cumplió la meta damos una bonificación, el día de la reunión pues damos ..un desayuno y compartimos todos para los cumpleaños, también se les hace alguna entrega de obsequios, se les da un día compensatorio, tratamos pues como de hacer algo ahora en navidad

19. ¿Cuáles son los tipos de venta que emplean?

Tipos de venta que realizamos, pues hacemos la ventana física que es en el punto de venta, hacemos la venta por teléfono y venta por redes sociales. Pienso que nos hemos fortalecido mucho en lo que es Instagram y Facebook y pues a eso le hemos querido apostar en este año, para que tengamos como esa presencia en redes sociales, ese posicionamiento que la gente ya escuche Soportech y que no sea una marca desconocida, sino que la pueda relacionar con algo.

20. ¿Cómo percibe la imagen de la empresa?

Pues pienso que es una empresa que debe mejorar muchas cosas, que nos debemos organizar con muchas otras, pero pues, también pienso que hemos avanzado mucho en cuanto al portafolio que le podemos brindar al cliente en cuanto a la atención y en cuánto la calidad.

ANEXO 2. Encuestas colaboradores y tabulación de resultados.

FICHA TÉCNICA:

- Segmento de la población: Colaboradores de la empresa “Soportech Eje”
- Tamaño de la población: 2 personas
- Clase de encuesta: Personal
- Fecha:

- Hora
- Encuestadores: John Alexander Ospina García

Descripción: La población es definida y no es necesario tomar una muestra ya que el tamaño de la población es de 2 personas, por lo que se realizó la encuesta a todos los trabajadores de la empresa Soportech Eje. La toma de datos para las encuestas se produjo personalmente.

Encuesta Participativa Para Los Empleados De Soportech

Esta encuesta pretende indagar sobre la prospectiva en el desarrollo de políticas institucionales para el mejoramiento de la empresa.

COLABORADOR 1

1. ¿Si estuviera en sus manos el desarrollo de la empresa que propuestas haría para su mejoramiento?

- ☒ Ampliación de la estructura física del local
- ☐ Ferias promocionales
- ☐ Desarrollo de una plataforma virtual que permita visualizar los productos y servicios completos

2. Con base en su experiencia laboral ¿qué aspectos operativos tendría en cuenta para mejorar la prestación del servicio al cliente?

- ☐ Disponibilidad de técnicos especializados en asesoría y aparatos electrónicos
- ☒ Establecer una ley de oferta y demanda
- ☐ Contar con un catálogo de servicios y productos

3. Si se pudiera mejorar una línea de comercialización ¿cuál (cuáles) tendría en cuenta para esta propuesta?

- ☐ Extremadamente accesibles
- ☐ Muy accesibles

☒ Moderadamente accesibles

☐ Ligeramente accesibles

☐ Nada accesibles

4. Si dependiera de su criterio ¿qué aspectos tendría en cuenta para una campaña publicitaria?

☐ Posicionamiento de la marca en el mercado

☒ El uso de página web y redes sociales, que sirvan como catálogo de ventas

5. Con base en las experiencias de mercado en la región cafetera ¿dónde cree usted que se debería abrir un punto de venta?

☒ Cartago

☐ Armenia

☐ Manizales

6. Según a las observaciones hechas hacia la competencia ¿qué aspectos importantes podrían mejorarse para optimizar los resultados en ventas y servicios de Soportech?

☐ Estructura física

☒ Asesor comercial que visite clientes potenciales

☐ Manejo de líneas promocionales acordes a las épocas del año

7. ¿Considera que ha tenido la suficiente capacitación para brindar asesoría a los clientes que lo solicitan?

☒ Si

☐ No

8. ¿Cómo percibe a la empresa en el mercado?

- ☐ Como el mayor competidor en el mercado
- ☒ Como un buen competidor en el mercado
- ☐ Como una empresa que se empieza a posicionar

9. ¿Qué palabra de las siguientes se asocia con el concepto que usted tiene de la empresa?

- ☐ Calidad
- ☒ Servicio
- ☐ Restructuración

COLABORADOR 2

1. ¿Si estuviera en sus manos el desarrollo de la empresa que propuestas haría para su mejoramiento?

- ☐ Ampliación de la estructura física del local
- ☐ Ferias promocionales
- ☒ Desarrollo de una plataforma virtual que permita visualizar los productos y servicios completos

2. Con base en su experiencia laboral ¿qué aspectos operativos tendría en cuenta para mejorar la prestación del servicio al cliente?

- ☐ Disponibilidad de técnicos especializados en asesoría y aparatos electrónicos
- ☒ Establecer una ley de oferta y demanda
- ☐ Contar con un catálogo de servicios y productos

3. Si se pudiera mejorar una línea de comercialización ¿cuál (cuáles) tendría en cuenta para esta propuesta?

- ☐ Extremadamente accesibles

- ☐ Muy accesibles
- ☒ Moderadamente accesibles
- ☐ Ligeramente accesibles
- ☐ Nada accesibles

4. Si dependiera de su criterio ¿qué aspectos tendría en cuenta para una campaña publicitaria?

- ☐ Posicionamiento de la marca en el mercado
- ☒ El uso de página web y redes sociales, que sirvan como catálogo de ventas

5. Con base en las experiencias de mercado en la región cafetera ¿dónde cree usted que se debería abrir un punto de venta?

- ☒ Cartago
- ☐ Armenia
- ☐ Manizales

6. Según a las observaciones hechas hacia la competencia ¿qué aspectos importantes podrían mejorarse para optimizar los resultados en ventas y servicios de Soportech?

- ☒ Estructura física
- ☐ Asesor comercial que visite clientes potenciales
- ☐ Manejo de líneas promocionales acordes a las épocas del año

7. ¿Considera que ha tenido la suficiente capacitación para brindar asesoría a los clientes que lo solicitan?

- ☐ Si
- ☒ No

8. ¿Cómo percibe a la empresa en el mercado?

- ☐ Como el mayor competidor en el mercado
- ☒ Como un buen competidor en el mercado
- ☐ Como una empresa que se empieza a posicionar

9. ¿Qué palabra de las siguientes se asocia con el concepto que usted tiene de la empresa?

- ☐ Calidad
- ☒ Servicio
- ☐ Restructuración

ANEXO 3. Análisis situacional DOFA

Fortalezas	Desacuerdo	No de Acuerdo totalmente	De Acuerdo
Alto nivel de competitividad		X	
Recursos financieros necesarios		X	
Líder del mercado		x	
Buena reputación entre los proveedores		x	
Buena reputación con los Clientes			X
Estrategias definidas		x	
Costos más bajos que la competencia		X	
Mejor calidad que la competencia		X	
Desarrollo de más productos nuevos que la competencia		X	
Tecnología adecuada a los productos fabricados			X
Estructura necesaria para desarrollar el negocio		X	
Personal idóneo en cada puesto		X	
Conocimiento del mercado	x		
Distribución optimizada del Espacio		X	
Aceptación de los productos		x	
Estructura de ventas necesaria		X	
Las ventas vienen creciendo de acuerdo al mercado			X
La rentabilidad de la empresa es la esperada		X	
No hay rechazos por calidad de Productos		X	

El plazo de entrega es mejor que la competencia			X
Exclusividad de los productos		x	

Evaluación de la organización
Análisis de situación (FODA)

Debilidades	Desacuerdo	No de acuerdo totalmente	De Acuerdo
No hay una clara dirección estratégica			X
Las instalaciones son Obsoletas		x	
Débil imagen en el Mercado		x	
Personal adecuado		X	
Gerentes adecuados		X	
Se cuenta con una estrecha línea de Productos			X
La rentabilidad no es Suficiente		x	
Costos relativos mayores que la Competencia	x		
Problemas operativos Continuos		X	
Los proveedores no son Adecuados	X		
El personal no está Motivado		X	
Poco conocimiento del Mercado		X	
La fuerza de ventas no es la adecuada		X	
Demasiados rechazos de producción	x		
Punto de equilibrio alto		X	
Facturación mensual viene decreciendo	X		
Promociones Necesarias		x	

Evaluación de la organización
Análisis de situación (FODA)

Oportunidades	Desacuerdo	No de acuerdo totalmente	De Acuerdo
Hay un segmento del mercado que se pueda atender y aun no se esté haciendo		X	
Se pueden desarrollar nuevos productos para nuevos mercados			X
Tiene posibilidades de exportación	x		
Nuestra competencia está débil		x	
El mercado está Creciendo			X
Puede desarrollar nuevos productos para mercados Nuevos			X
Está aumentando el número de clientes			X
Posibilidades de mejorar sus costos	X		
Puede conseguir capital a un interés Atractivo		x	
Puede desarrollar o adquirir nuevas tecnologías de Fabricación		x	
Las barreras de entrada a la industria son altas		X	

Evaluación de la organización
Análisis de situación (FODA)

Amenazas	Desacuerdo	No de acuerdo totalmente	De Acuerdo
Competidores de bajo costo extranjeros están entrando al mercado			X
El mercado no está creciendo de acuerdo a lo esperado	X		
Los clientes están cambiando sus costumbres en forma negativa al uso de sus Productos	X		
Cambios demográficos tiene impacto negativo en los negocios		X	
Los precios en general están bajando		X	
El mercado se está concentrando en pocos Clientes	X		
Los proveedores tiene mayor poder de Negociación		x	
La situación de nuestro mercado en particular está decayendo	X		
La economía está Decayendo		x	
Está cambiando la tecnología de fabricación en el mundo		X	
Estrategias de los nuevos competidores		X	

Bibliografía

- Maldonado José Ángel. (2014, agosto 1). Estrategia empresarial. Formulación, planeación e implantación. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/estrategia-empresarial-formulacion-planeacion-e-implantacion/>
- Giarratana Matias. (2008, noviembre 10). La cultura organizacional. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/la-cultura-organizacional/>
- López Carlos. (2001, octubre 11). Valores organizacionales y desempeño corporativo. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/valores-organizacionales-desempeno-corporativo/>
- Raineri, Andrés y Martínez, Andrea. Diagnóstico Organizacional, Un Enfoque Estratégico Y Práctico. Recuperado de <https://es.scribd.com/document/356951010/P0001-File-DO-Un-Enfoque-Estrategico-Y-Practico-Rainieri-19-Mayo-Pdf>
- Alvarado Martinez Tomás Everardo. Metodología Para Elaborar Un Plan Estratégico Y Rediseño Organizacional De Una Unidad De Producción Agropecuaria. En: Reviste Mexicana De Agronegocios. México. Vol. 9 (Jul. – Dic. 2001).
- Serna Gomez Humberto. Gerencia Estratégica. Colombia. 3R editores, Agosto de 2010. Décima Edición. <http://es.scribd.com/doc/66872891/Gerencia-Estrategica-HUMBERTO-SERNA-GOMEZ>
- Villamil Elizabeth. Gerencia Moderna: Un Enfoque Sistémico y Estratégico. Pereira: Cargaphics S.A, 2000.
- Salkind Neil J. Métodos de Investigación. Pearson, Tercera Edición.
- Drucker Peter F. La Gerencia, Tareas, Responsabilidades y prácticas. Edición El Ateneo.
- Planeación Estratégica Logística Para Un Holding Empresarial. Scientia Et Technica, Vol. Xvi, Núm. 44, Abril 2010, Pp. 90-95.
- Vásquez Rojas Claudia. (2012, octubre 23). Estructura organizacional, tipos de organización y organigramas. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/estructura-organizacional-tipos-organizacion-organigramas/>
- Chiavenato, Idalberto. Introducción a la Teoría General de Administración. Editorial Mc Graw Hill, 2006.
- Chiavenato Idalberto (2004). Introducción A La Teoría General De La Administración, Séptima Edición, Mcgraw-Hill/ Interamericana Editores.
- Hernández Y Rodríguez, Sergio (2002). Administración: Pensamiento, Proceso, Estrategia Y Vanguardia (p84, p260). Primera Edición McGraw- Hill/ Interamericana editores
- Aristizabal Alzate, Nathalia. Henao Galeano, Sirley Jhoana. Direccionamiento Estratégico para la microempresa Creaciones y Confecciones Mery. Universidad Tecnológica de Pereira.
- Jáuregui Aguayo Perla. (2013, noviembre 21). Los manuales administrativos como herramienta clave. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/los-manuales-administrativos-como-herramienta-clave/>

Vargas Jorge. (2001, enero 20). La descripción y el análisis de cargos. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/descripcion-analisis-de-cargos/>

Real Academia de la Lengua Española. Estructura (2019) <http://lema.rae.es/drae/?val=estructura>

Castellanos Cruz Rodeloy. (2007, octubre 24). Valores estratégicos, misión y visión: base del plan estratégico. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/valores-estrategicos-mision-y-vision-base-del-plan-estrategico/>